

**EFEKTIFITAS MANAJEMEN PRODUKSI DALAM PENGEMBANGAN
PRODUK PADA PT. IGA BINA MIX PEKANBARU DITINJAU
MENURUT EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi dan Melengkapi Syarat-Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE.Sy)**



OLEH

**RIKA AMRIANI
10925007522**

**JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
1434 H/ 2013 M**

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul **“EFEKTIFITAS MANAJEMEN PRODUKSI DALAM PENGEMBANGAN PRODUK PADA PT. IGA BINA MIX PEKANBARU DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM.** penelitian ini dilatar belakangi oleh keinginan penulis untuk mengetahui bagaimana efektifitas manajemen produksi dalam pengembangan produk pada PT. Iga Bina Mix dan upaya yang dilakukan dalam pengembangan produk.

Adapun masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah Bagaimana efektifitas manajemen produksi dalam pengembangan produk yang dihasilkan pada PT. Iga Bina Mix , Apakah upaya yang dilakukan PT. Iga Bina Mix dalam pengembangan produk, dan bagaimana pandangan ekonomi islam tentang efektifitas manajemen produksi dalam pengembangan produk pada PT. Iga Bina Mix.

Penelitian ini bersifat penelitian lapangan yaitu di PT. Iga Bina Mix di Kecamatan Tampan Pekanbaru yang terletak di Jl. Garuda Sakti Km.1 . dan pada PT. Iga Bina Mix ini yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pimpinan, karyawan kantor dan pekerja lapangan PT. Iga Bina Mix, yang berjumlah 19 orang seluruh karyawan kantor termasuk pimpinan dan 50 orang pekerja lapangan bagian produksi, secara keseluruhan populasi berjumlah 69 orang. Namun penulis mengambil pekerja lapangan bagian produksi untuk dijadikan sampel. Maka penulis mengambil 25 orang atau 50% dari jumlah keseluruhan populasi yang dijadikan sebagai sampel. Populasi yang diambil pekerja lapangan bagian produksi saja. Teknik yang digunakan adalah *Purposive Sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Penulis mendapatkan data di lapangan dengan menggunakan teknik Observasi, Wawancara, Dokumentasi, dan Angket, yang kemudian penulis analisa dengan menggunakan analisa Deskriptif Kualitatif, Yaitu, data – data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan angket kemudian diklasifikasikan menurut jenis dan sifat, kemudian diuraikan secara deskriptif yaitu menganalisis data yang bersifat penjelasan atau penguraian data dan informasi yang kemudian dikaitkan dengan teori dan konsep – konsep yang mendukung pembahasan yang relevan dimana penjelasan ini menggunakan metode kualitatif kemudian diperoleh kesimpulan dari permasalahan penelitian. Dari penelitian ini dihasilkan suatu kesimpulan tentang Efektifitas Manajemen Produksi Dalam Pengembangan Produk Pada PT. Iga Bina Mix Kasus Kecamatan Tampan Pekanbaru.

Setelah mengadakan penelitian dengan mengumpulkan dan menganalisa data penulis dapat menyimpulkan bahwa efektifitas manajemen produksi pada PT. Iga Bina Mix ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan pada perusahaan, meningkat atau tidaknya penjualan tergantung bagaimana manajemen produksi, apakah efektif atau tidaknya dalam memproduksi beton jadi yang di pesan oleh konsumen. Efektifitas manajemen produksi secara ekonomi akan meningkatkan penjualan pada perusahaan, perusahaan ini dalam manajemen produksinya selalu melakukan yang terbaik untuk kepuasan pelanggan agar sesuai dengan

kesepakatan konsumen. Namun terkadang mengalami hambatan dikarenakan bahan baku yang selalu putus orderannya sehingga pemesanan tidak efektif.

Upaya PT. Iga Bina Mix dalam peningkatan efektifitas manajemen produksi dalam pengembangan produk ada dua hal yaitu Meningkatkan kualitas dalam proses produksi dengan cara perusahaan selektif dalam pemilihan bahan baku, karena dalam pengolahan beton jadi PT. Iga Bina Mix mengolah 100% semen padang asli tanpa campuran, dan diuji kualitasnya di labor untuk menghasilkan produk yang bermutu dan berkualitas dan Memperbaiki kinerja perusahaan dengan cara perusahaan berupaya membantu para pekerja untuk mewujudkan janji dan komunikasi yang baik.

Pandangan Ekonomi Islam upaya peningkatan efektifitas manajemen produksi dalam pengembangan produk pada PT. Iga Bina Mix sudah sesuai dengan syariat islam karena dari segi produksi bebas dari unsur haram karena menggunakan bahan baku yang diambil dari kekayaan alam menjadi bermanfa'at dan dapat dirasakan seluruh masyarakat yang membutuhkan. Sedangkan dari segi dampak positifnya adalah untuk membentuk manajemen dengan tatanan sosial yang solid berdasarkan keadilan dan persaudaraan yang universal, menciptakan kebebasan individu dalam konteks kesejahteraan sosial, mencapai distribusi pendapatan dan kekayaan yang adil dan merata, menghasilkan pengembangan produk yang dapat memberikan kemaslahatan bagi umat dimasa depan. Sehingga dengan demikian upaya peningkatan efektifitas manajemen produksi dalam pengembangan produk pada PT. Iga Bina Mix Pekanbaru ini sangat sesuai atau cocok dengan Ekonomi Islam.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Swt yang telah melimpahkan karunianya kepada kita bersama sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar. Sholawat serta salam kepada figur Qudwah yakni junjungan alam Nabi Muhammad SAW, mudah-mudahan dengan seringnya bersholawat kita termasuk umat yang mendapat syafa'at beliau di akhirat kelak. Amin.

Skripsi ini berjudul **"Efektifitas Manajemen Produksi Dalam Pengembangan Produk Pada PT. Iga Bina Mix Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam.** Skripsi ini hasil karya ilmiah yang disusun untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E.Sy) oleh setiap mahasiswa Strata Satu (S1) Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud dengan baik tanpa adanya bantuan dari semua pihak, untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus dari hati kepada :

1. Ayahanda tercinta Tarazan dan Ibunda Alimarni yang telah memberikan Motivasi, Cinta, Do'a, moril maupun materi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Buat kakandaku Akmal, Elvi Sukanengsih dan Eva Susanti yang selalu mendukungku dan menyemangatiku disaat jenuh dan merasa putus asa saat banyak rintangan yang adinda hadapi, begitu juga buat adikku Mega Wati.
3. Bapak Prof. Dr. H. M. Nazir selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta Pembantu Rektor I, II, III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. H. Akbarizan, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Syariah beserta PD I, II, III Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN SUSKA Pekanbaru Riau.
5. Bapak Dr. Zulkayandri, M.Ag selaku Penasehat Akademis yang telah banyak memberikan arahan dan bimbingan penulis dibidang akademik.

6. Bapak Mawardi, S.Ag, M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam dan Bapak Darmawan Tia Indrajaya, M.Ag selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum.
7. Bapak Darmawan Tia Indrajaya, M.Ag selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan serta motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ekonomi Islam dan Civitas Akademik Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN SUSKA Pekanbaru yang telah banyak memberikan ilmu kepada penulis.
9. Bapak Eddy Purnama, SE , Kak Lila beserta seluruh staff karyawan PT. Iga Bina Mix yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Buat Sahabatku Yuli Fauziah, Amalya Agustila, Nur Aida, Heri Evayani, Misyati, Nurlinayati, Rika Apriyanti serta keluarga besar Fk-Massya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, dan teman-teman Ekonomi Islam angkatan 2009 khususnya lokal D/EI.4 yang selalu ada dalam suka maupun duka sebagai teman terbaikku serta semua rekan-rekan KKN Buatan 1 yang telah banyak memberikan dorongan juga kerjasamanya dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Buat semua adik -adik Kos di Pondokan VILPUT terkhusus Wiwik Wulan Sari, Sugi Rahayu, Mira Putri Yanti dan Nely Yusro yang telah memberikan dorongan dan motivasi dalam penulisan skripsi ini.

Mudah-mudahan dengan segala jerih payah dan dorongan yang telah disumbangkan bernilai ibadah di sisi Allah Swt. Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu kritik dan saran sangat diharapkan dari semua pihak yang membacanya. Terutama Bapak Dosen Pembimbing yang selalu membantu dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Wassalam

Pekanbaru, 19 Juni 2013

RIKA AMRIANI
NIM. 10925007522

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan dan Manfa'at Penelitian	6
E. Metode Penelitian	7
BAB II GAMBARAN UMUM	12
A. Sejarah berdirinya dan perkembangan PT. Iga Bina Mix	12
B. Struktur Organisasi Perusahaan	15
BAB III TINJAUAN TEORI	23
A. Ruang Lingkup Manajemen Produksi	23
B. Pengertian Manajemen Produksi	26
C. Fungsi Operasi atau Produksi	30
D. Pengembangan Produk	31
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	40
A. Efektifitas Manajemen Produksi Dalam Pengembangan Produk Pada PT. Iga Bina Mix Ditinjau Menurut Ekonomi Islam Di Kecamatan Tampan Pekanbaru	40
B. Upaya PT. Iga Bina Mix dalam pengembangan produk	51
C. Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Efektifitas Manejemen Produksi Dalam Pengembangan Produk Pada PT. Iga Bina Mix Di Kecamatan Tampan Pekanbaru	52

BAB V PENUTUP	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemikiran yang berorientasi pasar dewasa ini sudah merupakan kebutuhan persaingan global. Terlalu banyak barang yang akan dijual namun terlalu sedikit konsumen yang membeli.¹ Persaingan dalam berbagai pasar saat ini membutuhkan suatu perspektif global, keterbatasan waktu dan batas-batas akses dari pasar global menghasilkan tuntutan persaingan baru.

Perusahaan dapat berkembang merupakan keinginan setiap individu yang berada di dalam perusahaan tersebut, sehingga diharapkan dengan perkembangan tersebut perusahaan mampu bersaing dan mengikuti kemajuan zaman.² Bisnis berusaha untuk memadukan manajemen dan mesin dengan sempurna. Menciptakan dan memelihara keseimbangan antara manajemen dengan mesin-mesin produksi dan operasi.³

Kegiatan untuk memproduksi atau menghasilkan barang-barang dan jasa tersebut, merupakan kegiatan untuk menambah kegunaan dari masukan (*input*) menjadi keluaran (*output*). Dalam kegiatan untuk menambahkan kegunaan itu dibutuhkan sistem produksi dan operasi, sehingga dimungkinkan dilakukannya pentransformasian masukan-masukan yang

¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1988), h.1

² Ike Kusdyah Rachmawati, *Manajemen Sumber daya Manusia*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008), h.1.

³ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2004), h.196.

berupa bahan baku, peralatan, tenaga dan dana sebagai faktor-faktor produksi diolah dengan proses teknologi tertentu untuk menghasilkan keluaran (*ouput*) dalam jumlah yang cukup besar.⁴

Manajemen hanya merupakan alat untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Manajemen yang baik akan memudahkan terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat. Dengan manajemen, daya guna dan hasil guna unsur-unsur manajemen akan dapat ditingkatkan.⁵

Efektifitas yaitu menyangkut kebenaran dalam suatu proses, dan efektifitas juga merupakan tercapainya tujuan yang telah ditetapkan, baik itu dalam bentuk target, sasaran jangka panjang maupun misi organisasi. Sedangkan *Manajemen Produksi* merupakan suatu aktivitas usaha yang dilakukan oleh sekelompok manusia yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian dengan cara yang efektif untuk mencapai suatu tujuan tertentu.⁶

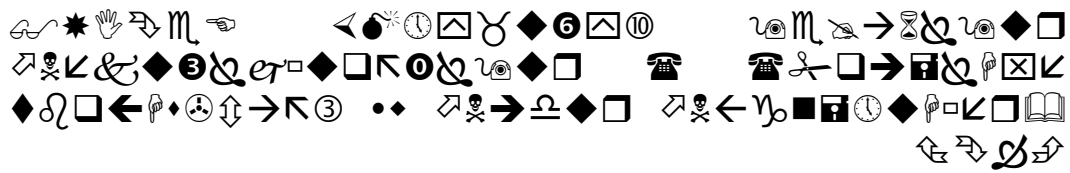
Pemikiran manajemen dalam Islam bersumber dari nash – nash al-Qur'an dan petunjuk – petunjuk sunnah.⁷ Islam mendorong umatnya untuk bekerja dan memproduksi, bahkan menjadikannya sebagai sebuah kewajiban terhadap orang – orang yang mampu, lebih dari itu Allah Swt akan memberi balasan yang setimpal yang sesuai dengan amal atau kerja sesuai dengan firman Allah Swt dalam Al-Qur'an Al-Ahqaf (46) Ayat 19 yaitu:

⁴ Irma Nilasari, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), h.112.

⁵ Malayu S.P Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), h.1.

⁶ Pandji Anoraga, *op.cit.*, h.198.

⁷ Ahmad Ibrahim Sinn, *Manajemen Syariah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), h.28.



Artinya : “Dan bagi masing-masing mereka derajat menurut apa yang Telah mereka kerjakan dan agar Allah mencukupkan bagi mereka (balasan) pekerjaan-pekerjaan mereka sedang mereka tiada dirugikan”.

Al-Qur'an menanamkan kesadaran bahwa dengan bekerja berarti kita merealisasikan fungsi kehambaan kita kepada Allah Swt, dan menempuh jalan menuju ridha-Nya, mengangkat harga diri meningkatkan taraf hidup, dan memberi manfa'at kepada sesama, bahkan kepada makhluk lain⁸. Al-Qur'an juga mengatur kegiatan kehidupan atau muamalah. Juga etika perdagangan, penjualan atau pemasaran.

Perekonomian terbentuk oleh ribuan perusahaan yang memproduksi berbagai macam barang dan jasa yang kita nikmati dalam kehidupan sehari-hari. Kegiatan awal dalam sebuah pekerjaan adanya perencanaan dalam bentuk memikirkan hal-hal yang terkait dengan pekerjaan itu agar mendapat hasil yang optimal.⁹

Begitu pula PT. Iga Bina Mix merupakan suatu perusahaan yang bergerak dibidang produksi beton jadi. Produk ini dikelola dari semen, pasir, krikil, batu dan air sehingga menjadi suatu produk beton jadi yang merupakan sumber utama dalam pembuatan bangunan, sebagai perusahaan yang memproduksi produk *Ready Mix Concrete* (RMC) yang memiliki banyak

⁸ Abdul haziz, *Kapita Selekta Ekonomi Islam Kontemporer*, (Bandung : Alfabeta, 2010), Cet. ke-5, Jilid 1, h.48.

⁹ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h.75.

kompetitor dengan tingkat harga jual bersaing ketat, melihat dari peluang bisnis PT. Iga Bina Mix sangat tergantung pada pertumbuhan pembangunan di Propinsi Riau khususnya daerah Pekanbaru terutama yang berhubungan dengan pekerjaan fisik infrastruktur berupa pekerjaan pembangunan gedung serta prasarana lainnya.

PT. Iga Bina Mix ini merupakan perusahaan beton jadi, dimana proses produksinya dilakukan dengan teknik penyaringan dari bahan-bahan baku yang dikelola dari semen, pasir, krikil, batu, dan air lalu setelah dilakukan pengujian (*trial mix*), maka keluarlah komposisi beton sesuai dengan rancangan mutu yang dibutuhkan oleh konsumen, sehingga menjadi suatu produk beton jadi. Namun bahan baku ini juga mengalami hambatan seperti semen yang selalu putus orderannya.

Selain itu, peralatan yang digunakan merupakan peralatan semi-modern, disamping teknik dan peralatan yang semi-modern, juga mempunyai tenaga kerja yang kurang ahli. Dari sisi lain perusahaan juga mengalami hambatan dalam upaya pengembangan kapasitas produksinya, hal ini dikarenakan perusahaan beton jadi ini membutuhkan bahan baku yang lebih banyak dan permodalan, disamping kekurangan tenaga ahli serta teknologi yang belum memadai. Untuk mengetahui perkembangan produksi beton jadi pada PT. Iga Bina Mix selama 4 tahun terakhir yaitu terhitung dari tahun 2008 sampai dengan tahun 2011, maka disini dapatlah penulis jelaskan melalui tabel 1.1 dibawah ini :

Tabel I.1
Jumlah Order dan Realisasi Order Beton Jadi pada
PT. Iga Bina Mix
Tahun 2008 – 2011 dalam M^3 / Tahun

No	Tahun	Jumlah Order Dalam M^3 nya	Realisasi Order Dalam M^3 nya	Realisasi Persentase (%)	Total Pendapatan
1	2008	70.000	69.665	99,52	42.913.747.177
2	2009	70.000	38.861	55,55	29.285.020.989
3	2010	73.000	54.881	75,17	35.229.419.874
4	2011	75.000	43.427	57,90	26.289.021.987

Sumber: PT. Iga Bina Mix

Pada Tabel diatas dapat dilihat dengan jelas tingkat realisasi produksi beton jadi pada PT. Iga Bina Mix . Dari target produksi yang dihasilkan belum dapat dicapai secara optimal, tampak bahwa realisasinya tidak pernah mencapai dari 100%, ini terlihat dari data yang diperoleh mulai dari tahun 2008 sampai dengan 2011. Pencapaian target cenderung mengalami kegagalan. Melihat hal ini manajemen produksi belum bisa dikatakan efektif dan efisien karena dilihat dari perkembangan penjualan produknya sering menurun. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yaitu kenaikan bahan baku, daya saing, rusaknya mesin, dan cuaca sehingga pendapatan menurun.¹⁰

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada penulis tertarik untuk membahas lebih dalam mengenai bagaimana efektifitas manajemen produksi yang dilakukan PT. Iga Bina Mix dalam pengembangan produk dan apakah sudah sesuai dengan Ekonomi Islam oleh karena itu penulis mengangkat sebuah judul : **EFEKTIFITAS MANAJEMEN PRODUKSI DALAM PENGEMBANGAN PRODUK PADA PT. IGA BINA MIX**

¹⁰ Wawancara pada karyawan, *PT. Iga Bina Mix* 29 Februari 2013

PEKANBARU DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM.

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih menarik dan terarah sesuai dengan topik permasalahan, maka penulis membatasi permasalahan ini. Dalam penelitian ini dibatasi dan difokuskan pada permasalahan Efektifitas Manajemen Produksi Dalam Pengembangan Produk Pada PT. Iga Bina Mix Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, maka masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana efektifitas manajemen produksi dalam pengembangan produk yang dihasilkan pada PT. Iga Bina Mix ?
2. Apakah upaya yang dilakukan untuk peningkatan efektifitas manajemen produksi dalam pengembangan produk pada PT. Iga Bina Mix ?
3. Bagaimana pandangan Ekonomi Islam tentang upaya peningkatan efektifitas manajemen produksi dalam pengembangan produk pada PT. Iga Bina Mix ?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui efektifitas manajemen produksi dalam pengembangan produk pada PT. Iga Bina Mix.
- b. Untuk mengetahui upaya apa saja yang dilakukan untuk peningkatan

efektifitas manajemen produksi PT. Iga Bina Mix dalam pengembangan produk yang untuk meningkatkan kualitas.

- c. Untuk mengetahui bagaimana pandangan Ekonomi Islam terhadap efektifitas manajemen produksi dalam pengembangan produk pada PT. Iga Bina Mix.

2. Manfaat Penelitian

- a. Penelitian ini merupakan salah satu usaha untuk memperdalam dan memperluas ilmu pengetahuan penulis.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberi pemahaman dan bahan masukan bagi perusahaan dalam menetapkan kebijakan –kebijakan, sehingga efektifitas manajemen produksi dapat lebih ditingkatkan dan meningkatkan kualitas produknya sehingga dapat memuaskan keinginan pasar.
- c. Sebagai bahan penelitian lebih lanjut bagi pihak yang terkait, dimasa yang akan datang.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi penelitian

Penelitian ini berlokasi di Jalan Garuda Sakti Km.1 Kecamatan Tampan Pekanbaru pada PT. Iga Bina Mix. Alasan penulis meneliti dilokasi ini adalah karena melihat target dan realisasi tidak sesuai dan melihat PT. Iga Bina Mix mengalami hambatan dalam persediaan bahan baku.

2 Subjek dan Objek Penelitian

Adapun Subjek dalam penelitian ini adalah pimpinan, karyawan kantor dan seluruh pekerja lapangan. Sedangkan Objek penelitian ini adalah efektifitas manajemen produksi PT. Iga Bina Mix dalam pengembangan produk di Kecamatan Tampan Pekanbaru.

3 Populasi dan Sampel

Individu yang terlibat dalam penelitian ini adalah pimpinan, karyawan dan pekerja lapangan bagian produksi yang berjumlah 50 orang di PT. Iga Bina Mix. Namun penulis mengambil pekerja lapangan bagian produksi untuk dijadikan sampel. Secara keseluruhan populasi berjumlah 50 orang. Maka penulis mengambil 25 orang atau 50% dari jumlah keseluruhan populasi yang dijadikan sebagai sampel. Populasi yang diambil pekerja lapangan bagian produksi saja. Teknik yang digunakan adalah *Purposive Sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.¹¹

4 Sumber Data Penelitian

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari lapangan terhadap permasalahan yang sedang diteliti.

b. Data Sekunder

Data ini merupakan informasi yang diperlukan untuk menyusun data-data penelitian baik berupa konsep, atau informasi dari pihak lain

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2008), h.123.

yang terkait dengan teori-teori yang dapat dipergunakan untuk menjelaskan permasalahan. Untuk maksud tersebut penulis menggunakan metode kepustakaan.

5 Metode Pengumpulan Data

Ada beberapa metode yang digunakan dalam pengumpulan data untuk menunjang penelitian ini yaitu :

a. Observasi

Yaitu mengadakan pengamatan langsung dilapangan untuk mendapatkan gambaran secara nyata tentang kegiatan yang diteliti.

b. Wawancara

Yaitu dengan melakukan tanya jawab dengan responden. Adapun pilihan jawaban disesuaikan dengan pertanyaan yang diberikan.

c. Dokumentasi

Metode ini merupakan berupa dokumentasi berupa data, jumlah karyawan, dan struktur organisasi PT. Iga Bina Mix.

d. Angket

Yaitu dengan memberikan pertanyaan tertulis kepada responden. Angket ini bertujuan untuk memperoleh data yang diperoleh lebih valid.

6. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah metode yang sesuai dengan data deskriptif kualitatif, yaitu data – data yang dikumpulkan melalui observasi dan wawancara kemudian diklasifikasikan menurut jenis dan sifat, kemudian diuraikan secara deskriptif yaitu menganalisis data yang bersifat penjelasan atau penguraian data dan informasi yang

kemudian dikaitkan dengan teori dan konsep – konsep yang mendukung pembahasan yang relevan dimana penjelasan ini menggunakan metode kualitatif kemudian diperoleh kesimpulan dari permasalahan penelitian.

7. Metode Penelitian

Dalam penulisan ini penulis menggunakan metode sebagai berikut:

- a. Deskriptif, yaitu menggambarkan masalah yang dibahas berdasarkan data yang diperoleh dan kemudian disimpulkan sesuai dengan penelitian.
- b. Induktif, yaitu mengumpulkan data-data yang bersifat khusus kemudian menyimpulkan secara umum.
- c. Deduktif, yaitu mencari data -data yang umum kemudian disimpulkan secara khusus.

F. Sistematika Penelitian

BAB I : Pendahuluan

Dalam bab ini akan menguraikan antara lain mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, sistematika penelitian.

BAB II : Gambaran umum tentang lokasi penelitian

Dalam bab ini penulis akan menguraikan tentang sejarah singkat berdirinya PT. Iga Bina Mix, Visi dan Misi, struktur organisasi perusahaan, serta jenis kegiatan perusahaan.

BAB III : Tinjauan Umum Tentang Teori Manajemen

Dalam bab ini akan menguraikan tentang pengertian manajemen produksi, ruang lingkup manajemen produksi, pengembangan produk.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pembahasan yang menguraikan hasil penelitian yaitu mengenai efektifitas manajemen produksi dalam pengembangan produk pada PT. Iga Bina Mix, upaya PT. Iga Bina Mix dalam pengembangan Produk, Pandangan Ekonomi Islam mengenai manajemen produksi terhadap PT. Iga Bina Mix di Kecamatan Tampan Pekanbaru.

BAB V : Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini penulis menguraikan kesimpulan dan saran yang diambil berdasarkan uraian pada bab sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

BAB II

GAMBARAN UMUM

A. Sejarah singkat berdirinya dan perkembangan PT. Iga Bina Mix

PT. Iga Bina Mix adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang produksi bahan baku industri khususnya beton jadi, perusahaan ini adalah perusahaan lokal yang berbasis di Pekanbaru.

PT. Iga Bina Mix bermula dari kesepakatan bersama antara PT. Igasar Semen Padang yang berkedudukan di Indarung Padang dengan PT. Binanusa Pura Patria yang berkedudukan di Pekanbaru pada tanggal 15 November 1994, bersama – sama berencana untuk mendirikan sebuah perusahaan dalam bentuk Perseroan Terbatas (PT) yang bergerak dalam bidang Produksi Beton Jadi (*Ready Mix Concrete*).

Untuk kejelasan jalur kegiatan, maka didirikanlah suatu perusahaan Perseroan Terbatas (PT) yang resminya dibentuk atau didirikan ada tanggal 7 Januari 1995 dengan nama “ PT. IGA BINA MIX “ melalui akta Pendirian Persero Nomor 16, dibuat oleh Singgih Susilo, SH, Notaris di Pekanbaru dan mendapat pengesahan Menteri Kehakiman Republik Indonesia melalui Keputusan No. C2-4.831 HT.01.01 TH 95 tanggal 25 April 1995.¹

Pengalaman perusahaan yang telah bergerak dibidang penyediaan *Ready Mix Concrete* (RMC) lebih dari 10 tahun sejak 1995, membuat PT. Iga Bina Mix menjadi perusahaan yang disegani oleh pesaing dan menjadi

¹ Profil PT. Iga Bina Mix, (2009), h.2.

mitra kerja perusahaan – perusahaan konstruksi di Riau khususnya.

Modal dasar perseroan berjumlah Rp. 2.500.000.000 (Dua Milyar Lima Ratus Juta Rupiah) terbagi atas 50.000 (Lima Puluh Ribu) lembar saham, masing- masing saham bernilai nominal Rp. 50.000,00 (Lima Puluh Ribu Rupiah).

Dari modal tersebut telah ditempatkan oleh para pemegang saham sebagai berikut :

1. PT. Iga Sar (Semen Padang Group) sahamnya sebesar 45,40%
2. PT. Bina Nusa Pura Putria sahamnya sebesar 30,83%
3. Bapak H.A.S.T Sari Alam sahamnya sebesar 11,67%
4. Aditya Hadiwijaksono sahamnya sebesar 6,50%
5. Dewi Retno Wahyuni sahamnya sebesar 6,05%

PT. Iga Bina Mix ini pada mulanya didirikan dengan alasan pendirian, melihat adanya peluang, kesempatan atau prospek yang bagus bagi distributor bahan baku industri khususnya beton jadi, di Pekanbaru ini yaitu dengan semakin pesatnya perkembangan disektor pembangunan baik sarana maupun prasarana di pekanbaru dan sekitarnya.²

Perusahaan ini berbentuk perseroan terbatas, perkembangan perusahaan yang bergerak dibidang yang sama semakin pesat, hal ini dapat menimbulkan dan meningkatkan daya saing yang semakin kompetitif, sehingga dengan adanya pesaing tersebut pihak perusahaan harus mampu menghadapi hal tersebut dan meningkatkan strategi bisnis, meningkatkan

² *Ibid*, h.13.

pula kinerja yang lebih baik, tingkat koordinasi baik didalam maupun diluar perusahaan yang lebih baik lagi.

B. Struktur Oraganisasi

Untuk mencapai suatu tujuan, manusia di dalam usahanya mengatur diri sendiri dan kelompoknya memerlukan suatu kerja sama dengan orang lain, karena manusia mempunyai keterbatasan baik dalam fisik maupun psikis. Untuk menciptakan suatu kerja sama yang baik diperlukan wadah atau organisasi. Maka agar organisasi dapat dijalankan dengan baik perlu adanya suatu struktur organisasi.

Suatu organisasi yang terhormat pasti akan memiliki struktur oraganisasi yang merupakan suatu kerangka dasar dalam menggambarkan, wewenang dan tanggung jawab dari bagian – bagian yang terdapat dalam oraganisasi.

Untuk menjalankan roda organisasi perusahaan maka PT. Iga Bina Mix menyusun struktur organisasi sedemikian rupa sehingga terlihat penetapan batas-batas terga dan wewenang serta tanggung jawab staff dan karyawan. Dengan demikian dapat diharapkan adanya kerjasama dan diperoleh suatu kejelasan arah dan langkah yang seirama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, sehingga masing – masing personil mengetahui dengan jelas darimana ia mendapatkan perintah dan kepada siapa saja dia harus mempertanggung jawabkan hasil kerjanya.

Organisasi merupakan sekelompok orang yang bekerjasama untuk mencapai tujuan tertentu, dan struktur organisasi ini merupakan gambaran secara skematis tentang hubungan-hubungan kerja sama dari orang-orang

yang terdapat dalam organisasi untuk mencapai tujuan organisasi untuk mencapai tujuan organisasi tersebut.

Struktur organisasi perlu disusun sesuai dengan luas perusahaan, daerah, operasi, jenis perusahaan dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi perusahaan sehingga dapat memberikan gambaran yang menyeluruh mengenai pembagian tugas dibidang pekerjaan serta menetapkan hubungan kerja antara bagian-bagian yang ada. Dalam menyusun bagian organisasi itu harus fleksibel dalam arti memungkinkan adanya penyelesaian-penyelesaian tanpa mengadakan perusahaan total.

Struktur organisasi perusahaan yang penulis maksudkan dalam skripsi ini adalah bagan yang menggambarkan garis kerja sama antara individu-individu yang bergabung dalam organisasi perusahaan PT. Iga Bina Mix.

Didalam suatu perusahaan, manajemen mempunyai hubungan yang erat dengan organisasi. Setiap organisasi harus mempunyai manajemen agar tujuan yang telah ditetapkan dapat dicapai dengan efektif dan efisien.

Untuk itu maka diperlukan struktur organisasi yang merupakan suatu alat manajemen dalam mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan sebelumnya dengan baik. Dengan adanya struktur organisasi yang baik dalam suatu perusahaan, maka pembagian tugas dan tanggung jawab masing – masing karyawan didalam perusahaan tersebut dapat diketahui secara jelas menurut susunan dari struktur organisasi dan uraian tugas masing – masing.

1. Komisaris dan Direksi Perusahaan

Komisaris

Komisaris Utama : Desri Ayunda, SE. MBA

Komisaris : H. Syafri Karimin

Komisaris : Drs. Amrul Syam

Direksi

Direktur Utama : Eddy Purnama, SE

Direktur Umum dan Pemasaran : Ir. Firmansyah Nasution

2. Visi dan Misi

a. Visi

Menjadi Perusahaan yang tumbuh dan berkembang serta mandiri.

b. Misi

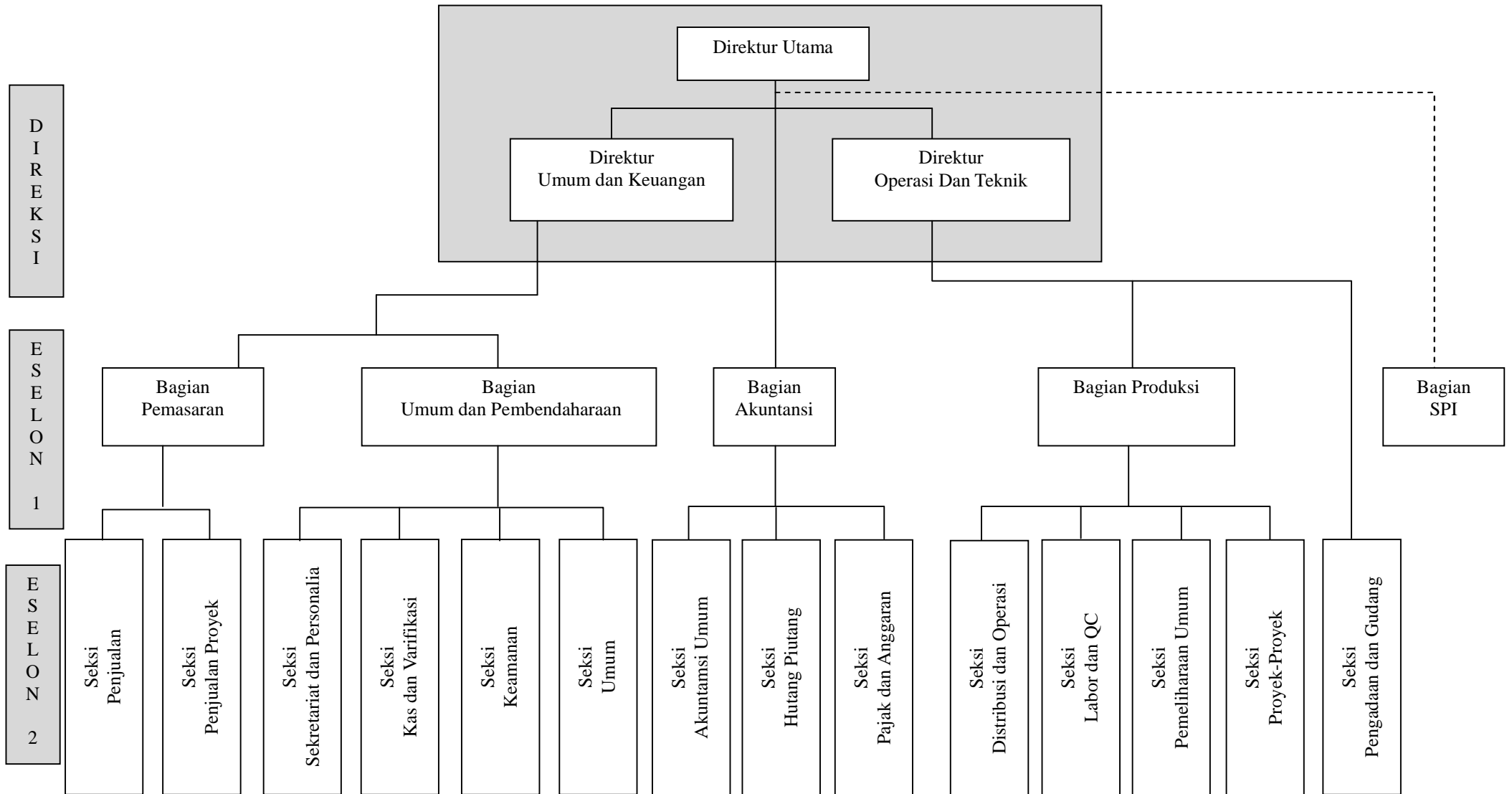
- 1) Menjadi perusahaan yang selalu memperhatikan kepentingan *stakeholder*.
- 2) Menjadi produsen *Ready Mix Concrete* yang handal, mengutamakan mutu dan kepuasan pelanggan.
- 3) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia.³

3. Kebijakan

Dalam menjalankan kegiatan-kegiatan operasional, secara prinsip perusahaan memegang kebijakan : *terbuka, jujur, efisiensi, integritas, mendorong profesionalisme dan memiliki rasa tanggung jawab*.

³ *Ibid*, h.14.

STRUKTUR ORGANISASI PT. IGA BINA MIX



a. Direktur Utama

Merupakan orang yang diangkat oleh dewan komisaris untuk melaksanakan kegiatan operasional. Pimpinan dalam organisasi ini merupakan orang yang bertanggung jawab terhadap segala macam bentuk kegiatan perusahaan. Adapun tanggung jawab tersebut adalah :

- 1) Memiliki otoritas penuh terhadap otoritas perusahaan.
- 2) Memiliki mandat atau tanggung jawab terhadap kelangsungan hidup perusahaan serta membuat keputusan yang tepat mengenai kebijaksanaan perusahaan terhadap suatu perencanaan untuk tujuan perusahaan.
- 3) Menargetkan masalah laba atau profit dalam waktu jangka panjang ataupun jangka pendek demi perkembangan perusahaan.

b. Kepala Bagian Keuangan

Kegiatan atau aktifitas perusahaan baru dapat berjalan jika adanya departemen ini, yang bertugas membiayai aktivitas perusahaan, tugas lainnya yaitu :

- 1) Mencatat seluruh transaksi keuangan yang terjadi di perusahaan.
- 2) Membuat laporan keuangan perusahaan.
- 3) Menyelesaikan kegiatan keuangan perusahaan antara lain penyelesaian gaji karyawan baik kontrak maupun karyawan tetap.

c. Kepala Bagian Umum

Bagian umum ini bertugas menangani segala bentuk administrasi umum perusahaan yang dapat dijalankan sebagai berikut :

- 1) Melaksanakan laporan atas kegiatan administrasi umum.
- 2) Membuat laporan atas kegiatan administrasi.
- 3) Membuat memo order terhadap permintaan langsung dari konsumen.
- 4) Pengarsipan dokumen- dokumen yang berkaitan dengan administrasi.
- 5) Penanganan surat masuk dn keluar yang berkaitan dengan perusahaan.
- 6) Menerima karyawan baru dan memberhentikan karyawan.

d. Kepala Bagian Niaga (Pemasaran)

Bagian niaga merupakan hal atau kegiatan yang berhubungan dengan penawaran barang-barang atau berhubungan dengan kegiatan dagang. Adapun tugas dari bagian niaga dalam lingkup perusahaan ini adalah :

- 1) Menyusun dan membuat target penjualan.
- 2) Menganalisis pasar serta mengontrol hasil penjualan.
- 3) Melayani kegiatan administrasi penjualan dan melayani keluhan konsumen.
- 4) Mengadakan pengiriman atau *delivery*, yaitu kegiatan pengiriman barang yang telah dipesan oleh pelanggan.

e. Kepala Bagian Produksi

Kepala bagian produksi merupakan orang yang paling banyak tugasnya dan tanggung jawab dalam perusahaan. Dia bertanggung jawab atas kelancaran proses produksi mulai dari menyediakan barang baku sampai dengan pengiriman barang kepada konsumen atau pelanggan. Secara garis besar tugas bagian produksi adalah :

- 1) Mengolah bahan baku sehingga menjadi barang jadi untuk dipasarkan.
- 2) Memeriksa mutu hasil produksi untuk setiap jenis produk jadi sebelum dikirim kepada pelanggan (*costumer*).
- 3) Menyediakan dan memelihara peralatan.
- 4) Mengirim barang jadi yang telah dipesan oleh pelanggan.
- 5) Mengoperasikan peralatan yang terdapat didalam pabrik.
- 6) Menyusun hasil laporan untuk dilaporkan atau dipertanggung jawabkan kepada direktur secara periodik.

f. Kasie Labor

Bagian kepala seksi labor, adapun tugasnya adalah :

- 1) Menganalisis penemuan dari suatu kualitas barang yang diuji dan ditingkatkan kualitas suatu barang.
- 2) Memiliki sampel produksi dan mengadakan pengujian langsung terhadap semua hasil baik itu secara manual ataupun spesifikasi alat.
- 3) Mengadakan pengembangan variasi produk serta menginformasikan segala macam hasil produksi.
- 4) Melaporkan secara terbuka secara macam temuan baik itu yang mendukung hasil atau yang membahayakan.

g. Kasie Operasional

Kasie yang bergerak bagaimana mendukung kelancaran produksi yang telah direncanakan atau ditetapkan perusahaan, tugasnya adalah :

- 1) Mencatat dan menyusun daftar bahan – bahan yang tersedia dan peralatan produksi yang digunakan dalam proses produksi.

- 2) Mengawasi proses pembelian bahan baku agar rencana produksi dapat dipenuhi dan pembelian dapat dilakukan pada harga yang wajar sehingga perusahaan mampu bersaing dalam menetapkan jual produksi.
- 3) Melakukan pengendalian terhadap kualitas perusahaan.
- 4) Melakukan pengambilan keputusan dalam fungsi operasi.
- 5) Mengelola departemen dalam organisasi yang memproduksi barang dan jasa.

h. Bagian Akuntansi (Kasie Kas)

Adalah bagian dari laporan keuangan suatu perusahaan yang dihasilkan pada suatu periode tertentu yang menunjukkan aliran masuk dan keluar uang kas perusahaan. Tugasnya adalah :

- 1) Melakukan pembayaran terhadap semua pembeli yang dilakukan perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung.
- 2) Melakukan pembayaran gaji terhadap para karyawan perusahaan.
- 3) Membuat laporan kas keluar dan kas masuk perusahaan.

i. Kasie Hutang Piutang

Bagian kasie hutang piutang dalam perusahaan bertugas :

- 1) Melakukan penagihan hutang terhadap semua barang yang telah dijual kepada konsumen atau pelanggan (*costumer*)
- 2) Melakukan kegiatan pendataan barang yang masuk dan keluar dan melayani *costumer*, dan bagian inilah yang akan melaporkan kepada

bagian umum tentang semua hasil transaksi. Semua hasil diserahkan kepada bagian umum untuk segera diaudit. Tugasnya adalah :

- a. Melakukan pengiriman barang terhadap konsumen sesuai dengan pesanan.
- b. Menerima order atau pesanan dari konsumen terhadap barang yang dikirim.

BAB III

TINJAUAN TEORI

A. Ruang Lingkup Manajemen Produksi

Manajemen produksi mencakup kegiatan pengambilan keputusan, baik keputusan jangka pendek maupun jangka panjang mengenai rancangan sistem produksi dan operasi, serta sistem pengawasannya.

1) Perancangan sistem produksi

Adapun kegiatan manajemen produksi dalam perancangan sistem produksi meliputi : penyeleksian hasil produksi dengan rancangan hasil produksi, penyeleksian peralatan dan proses, perancangan kegiatan produksi, perancangan tugas, penentuan lokasi, dan penyusunan tata letak peralatan.

2) Perancangan operasi dan sistem pengawasan

Kegiatan manajemen produksi dalam perancangan operasi dan sistem pengawasan meliputi : pengawasan terhadap persediaan dan proses produksi, pemeliharaan dan perawatan mesin, pengawasan bahan baku, pengawasan buruh/ tenaga kerja, dan pengawasan biaya dan perbaikan.

3) Perencanaan dan pengawasan produksi

Setiap pimpinan perusahaan bertanggung jawab dalam pelaksanaan pencapaian tujuan perusahaan tempat ia bekerja sesuai dengan jabatannya. Dari segi produksi, tujuan perusahaan adalah berproduksi dengan *sukses*, yaitu mencapai sasaran yang telah ditentukan secara ekonomis, tepat,

sehingga memperoleh keuntungan. Salah satu fungsi terpenting dalam pencapaian tujuan tersebut adalah perencanaan dan pengawasan.

Perencanaan dan pengawasan produksi adalah penentuan dan penetapan kegiatan produksi yang akan dilakukan, serta pengawasan kegiatan dan hasil produksi agar sesuai dengan yang telah direncanakan. Jadi perencanaan dan pengawasan produksi merupakan pengkoordinasian kegiatan yang ada dalam pelaksanaan proses produksi.¹

Manajemen produksi pada umumnya selalu terkait dengan produktifitas. Produktif dapat dilakukan berdasarkan beberapa karakter yaitu :

- a. Efisien, yang menyangkut pengertian *output* persatuan *input*, seringkali disebut sebagai produktifitas dan diukur dalam satuan *output* yang dihasilkan perjam.
- b. Efektifitas, yaitu menyangkut kebenaran dalam melakukan suatu proses.
- c. Kualitas, merupakan indikator yang menunjukkan tingkat keberhasilan kinerja dari *output*.
- d. Tingkat keandalan dalam penyediaan dalam penyediaan *output*, yang berkaitan dengan waktu pengiriman kepada pelanggan.
- e. Fleksibilitas, menyangkut mudah tidaknya proses lain yang berbeda. Juga menunjukkan kecepatan memberikan respon positif dalam pembuatan produk baru atau perubahan *volume output*.

¹ Sudarsono, *Pengantar Ekonomi Perusahaan*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 1991), h.154-156.

Karakter diatas terefleksi dalam kegiatan manajerial dalam melaksanakan proses transformasi, yaitu :

1. Perencanaan *Output* : Meliputi penyeleksian dan pendesainan produk atau yang ditawarkan ke konsumen.
2. Perencanaan Kapasitas : Penentuan kapan dan berapa banyak fasilitas, peralatan / mesin, tenaga kerja yang ada.
3. Penentuan Lokasi : Memusatkan dimana lokasi produksi, penyimpanan / gudang, dan fasilitas lainnya.
4. Desain Proses Transformasi : Penentuan aspek transformasi fisik dalam kegiatan produksi.
5. Tata ruang / *Lay Out* fasilitas : Menentukan aliran proses yang tepat dan *lay out* peralatan/ mesin agar fasilitas dapat bekerja secara efisien dan efektif dalam mengakomodasi kegiatan transformasi.
6. Desain kerja : Menentukan cara terbaik menggunakan tenaga kerja dalam proses, termasuk studi gerakan, *lay out* tempat kerja, dan kondisi lingkungan kerja.
7. Perencanaan Agregat : Menyangkut antisipasi kebutuhan tenaga kerja, bahan baku dan penolong, fasilitas tahunan, bulanan, serta mingguan.
8. Manajemen Persediaan : Memutuskan berapa banyak bahan baku, pekerjaan dalam proses, dan jumlah barang akhir.
9. Manajemen Proyek : mempelajari bagaimana merencanakan dan mengendalikan kegiatan proyek agar sesuai dengan kinerja yang diharapkan, jadwal, dan spesifikasi biaya.

10. Perencanaan Kebutuhan Bahan : Menentukan kapan memesan dan menghasilkan bahan dan bagaimana memenuhi jadwal pengiriman.
11. Penjadwalan : Menentukan kapan masing – masing kegiatan atau tugas dalam proses transformasi dikerjakan dan kapan seharusnya masuk.
12. Pengendalian Kualitas : Menentukan bagaimana standar kualitas dikembangkan dan dipelihara.
13. Reliabilitas dan Pemeliharaan : Menentukan bagaimana kinerja yang sesuai dari *output* dan proses transformasi sendiri yang harus dipelihara.²

B. Pengertian Manajemen Produksi

Efektifitas menunjukkan tercapainya tujuan yang diinginkan melalui serangkaian tindakan yang dilakukan oleh perusahaan.³ Manajemen adalah ilmu sekaligus seni. Sebagai seni yang berfungsi untuk mencapai tujuan yang nyata mendatangkan hasil atau manfaat. Sedangkan manajemen sebagai ilmu berfungsi menerangkan fenomena – fenomena (gejala – gejala), kejadian dan keadaan jadi memberikan penjelasan.⁴

Manajemen diperlukan sebagai upaya agar kegiatan bisnis dapat berjalan secara efektif dan efisien. Agar manajemen yang dilakukan mengarah kepada kegiatan bisnis secara efektif dan efisien, maka manajemen perlu dijelaskan berdasarkan fungsi-fungsinya atau dikenal sebagai fungsi – fungsi manajemen. Fungsi-fungsi tersebut antara lain fungsi perencanaan, fungsi

² *Ibid*, h. 200.

³ Ismail Solihin, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta : Erlangga, 2009), h.4.

⁴ Manullang, *Dasar – dasar Manajemen*, (Yogyakarta : Gadjah Mada, 2012), h.4.

pengorganisasian, fungsi pengarahan, dan fungsi pengendalian dan pengawasan.

Efisien mengacu pada hubungan antara masukan dan pengeluaran, Efektif merupakan ukuran prestasi manajemen dalam kegiatan – kegiatan yang diperlukan agar sasaran organisasi tercapai. Artinya, sejauh mana para manajer mencapai sasaran- sasaran organisasi merupakan ukuran dalam menilai bagaimana manajer tersebut telah menjalankan kegiatannya secara efektif.⁵

Manajemen yaitu suatu aktifitas usaha yang dilakukan oleh sekelompok manusia yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian dengan cara yang efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Untuk melakukan aktivitas mentransformasikan *input* menjadi *output* juga diperlukan manajemen. Manajemen ini diperlukan untuk mengatur dan mengkoordinasikan faktor – faktor produksi untuk meningkatkan nilai dan *benefit* dari barang dan jasa yang dihasilkan agar efisien, melalui pemanfaatan pengetahuan dan keterampilan orang – orang di dalam organisasi.

Kegiatan produksi merupakan salah satu aktifitas ekonomi yang sangat menunjang selain kegiatan konsumsi. Kegiatan konsumsi dan produksi adalah satu mata rantai yang saling berkaitan dan tidak bisa saling dilepaskan. Produksi adalah kegiatan yang dilakukan manusia dalam menghasilkan suatu produk baik barang, maupun jasa yang kemudian di manfaatkan oleh

⁵ Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta : Kencana, 2006), Ed.1, h.108.

konsumen.⁶ Selain itu produksi juga merupakan segala kegiatan dalam menciptakan dan menambah kegunaan (*utility*) sesuatu barang atau jasa.⁷

Pada dasarnya manajemen produksi adalah suatu pengelolaan proses pengubahan atau proses konversi dimana sumber – sumber daya yang berlaku sebagai “ *input* “ diubah menjadi barang dan jasa. Produk barang atau jasa ini biasa disebut sebagai “ *output* “. ⁸

Jadi yang dimaksud dengan manajemen produksi adalah seluruh aktifitas untuk mengatur dan mengkoordinasikan faktor – faktor produksi secara efisien untuk menciptakan dan menambah nilai dan *benefit* dari produk (barang dan jasa) yang dihasilkan oleh organisasi. Dan manajemen produksi dapat juga didefinisikan sebagai suatu kegiatan mengelola secara optimal penggunaan sumber daya (faktor produksi) dalam proses transformasi menjadi produk barang dan jasa.

Jadi untuk menghasilkan barang dan jasa perusahaan menggunakan berbagai sumber daya. Sumber daya harus dikelola secara optimal dalam bentuk tentukan lokasi yang tepat, mencari sumber bahan baku, daerah konsumen, mengatur penempatan mesin, merencanakan proses produksi, menjaga ketepatan waktu, dan pekerjaan lain yang bersifat teknis dalam pabrik.⁹

Manajemen produksi dapat didefinisikan sebagai pelaksana kegiatan-

⁶ M. Nur Rianto, *Teori Mikro Ekonomi*, (Jakarta : Kencana, 2010), h.147.

⁷ Irma Nilasari, *op.cit.*, h.107.

⁸ Lalu Sumayang, *Dasar – dasar manajemen produksi dan operasi*, (Jakarta: Salemba empat,), h.7.

⁹ Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung : Alfabeta,2010), h.231.

kegiatan manajerial yang dibawakan dalam pemilihan, perancangan, pembaharuan, pengoperasian, dan pengawasan sistem – sistem produktif. Kegiatan-kegiatan tersebut secara ringkas dapat diuraikan sebagai berikut :

1) Pemilihan

Keputusan strategis yang menyangkut pemilihan proses melalui apa berbagai barang dan jasa akan diproduksi atau disediakan.

2) Perancangan

Keputusan - keputusan taktikal yang menyangkut kreasi metoda – metoda pelaksanaan suatu operasi produktif.

3) Pengoperasian

Keputusan - keputusan suatu perencanaan tingkat keluaran jangka panjang atau dasar *forecast* permintaan dan keputusan - keputusan *schedulling* pekerjaan dan pengalokasian karyawan jangka pendek.

4) Pengawasan

Produsen-produsen yang menyangkut pengambilan tindakan korektif dalam operasi - operasi produksi barang atau penyediaan jasa.

5) Pembaharuan

Implementasi perbaikan-perbaikan yang diperlukan dalam sistem produktif berdasarkan perubahan permintaan - permintaan, tujuan - tujuan organisasional, teknologi, dan manajemen.¹⁰

Manajemen produksi dan operasi sebagai sistem transformasi yang mengubah masukan menjadi barang dan jasa. Yang menjadi masukan sistem

¹⁰ Pandji Anoraga, *op.cit*, h.198.

tersebut adalah energi, material, tenaga kerja, modal, dan informasi, yang pada akhirnya semua masukan ini diubah menjadi barang barang dan jasa melalui teknologi proses, yaitu metode tertentu yang digunakan untuk melakukan transformasi tersebut. Perubahan pada teknologi mengubah cara suatu masukan digunakan terhadap lainnya, dan mungkin pula produk yang dihasilkan.¹¹

Produk adalah label generik untuk output suatu sistem produktif. Sebuah produk dapat berupa barang atau jasa. Dalam pengertian ekonomis, Barang didefinisikan sebagai harta pribadi yang dapat bergerak, barang modal adalah harta yang tidak dapat bergerak, sedangkan jasa adalah yaitu suatu kegiatan yang dibutuhkan oleh konsumen atau klien atau pekerjaan yang dilakukan untuk orang lain adalah output produksi lainnya.¹²

C. Fungsi Operasi Atau Produksi

Fungsi operasi merupakan suatu acuan menyeluruh yang merupakan kerangka kerja dan tanggungjawab dari manajemen operasi yang terdiri dari anantara lain sebagai berikut :

1. Fungsi operasi/produksi adalah menjamin mutu dengan cara menentukan standar mutu, penelitian terhadap produk yang dihasilkan, memberikan umpan balik sebagai bahan pertimbangan pengembangan dan perbaikan sehingga akan tercipta pengendalian mutu terpadu dan kesinambungan.
2. Fungsi operasi dalam pengelolaan proses konversi dengan cara

¹¹ Roger G.Schroeder, *Manajemen Operasi*, (Jakarta: Erlangga, 1989), h.12.

¹² James L.Gibson dkk, *Manajemen*, (Jakarta : Erlangga, 1996), ed.9, h.181.

menentukan teknologi tepat guna, penjadwalan, penggunaan peralatan, pengaturan tata ruang, penentuan tahapan dan jenis arus kerja.

3. Fungsi operasi dalam menentukan besar kapasitas yang mengacu pada proyeksi pemasaran. Penentuan besar kapasitas akan menentukan rancang bangun fasilitas jangka panjang sedangkan apabila ada perubahan – perubahan kapasitas jangka pendek dapat dilakukan dengan cara kerja sama dengan pihak – pihak diluar perusahaan.
4. Fungsi operasi dalam pengelolaan persediaan , menentukan jenis material yang akan dipesan, jumlahnya serta pemakaian pada waktu yang tepat pengelolaan ini akan meliputi pengelolaan bahan baku, barang dalam proses dan barang jadi. Disamping itu juga, kebijaksanaan penyimpanan dan distribusi material.
5. Fungsi operasi dalam pengelolaan sumber daya manusia antara lain seperti proses perekrutan, pendidikan/pelatihan, pengawasan, dan pemberian kompensasi.¹³

D. Pengembangan Produk

Kemampuan perusahaan untuk bisa bertahan dalam persaingan bisnis yang ketat mengharuskan operasionalisasi berlangsung dengan efisien dan efektif. Perancangan dan pengembangan produk perlu memperhatikan hal ini sejak awal. Dinamika lingkungan bisnis memberikan dampak pada perubahan selera dan preferensi konsumen. Konsekuensinya, perusahaan perlu memandang perubahan situasi bisnis dengan inovasi dan kreativitas.

¹³ Lalu Sumayang, *op.cit*, h.10.

Tujuannya adalah menyempurnakan produk yang sudah ada dan mengembangkan produk baru dalam rangka bersaing, mempertahankan kelangsungan hidup, dan profitabilitas perusahaan. Bagaimanapun, pemenuhan preferensi konsumen perlu dipenuhi dengan cara penciptaan produk baru, memperbaiki atau memodifikasi produk lama.

Kecenderungan yang mungkin terjadi dalam pengembangan produk adalah proses pengembangan produk yang berkualitas dan lebih murah dibandingkan produk sebelumnya. Pengembangan produk dituntut untuk menjadi unggulan dalam bersaing. Terdapat beberapa faktor mempengaruhi perusahaan untuk melakukan pengembangan produk, yaitu efisiensi, meningkatkan kualitas, memperbaiki kinerja perusahaan, memperkuat daya tawar bisnis, dan memperkuat pemasaran produk yang sama.

Tahapan dalam pengembangan produk, yaitu tahap pemunculan ide, penyaringan ide, pengembangan dan pengujian konsep, strategi pemasaran, analisis bisnis, pengembangan produk, pengujian pasar, dan komersialisasi. Proses pengembangan produk dimulai dengan pencarian ide – ide. Ide – ide produk dapat berasal dari banyak sumber, misalnya pelanggan, hasil penelitian, diskusi dengan ilmuwan, para pesaing, karyawan, distributor, dan banyak sumber lainnya.

Konsep pemasaran memandang bahwa kebutuhan dan keinginan pelanggan merupakan tempat yang tepat untuk memulai pencarian ide produk. Kumpulan ide tersebut selanjutnya disaring berdasarkan kriteria tertentu. Tujuan penyaringan ide adalah untuk mengurangi sejumlah ide yang kurang

menarik dan tidak layak dipraktekkan. Peran menajer pabrik pada tahapan pemunculan dan penyaringan ide lebih ditekankan pada aspek bahan dan produksi.¹⁴

Adapun faktor – faktor yang melatar belakangi pengembangan produk yaitu :

1. Faktor eksternal antara lain :
 - a. Munculnya produk – produk sejenis dengan berbagai kelebihanannya.
 - b. Munculnya produk – produk baru yang dapat menggantikan produk lama (produk substitusi).
 - c. Pergeseran keinginan konsumen dan kebosanan terhadap produk – produk lama
 - d. Siklus hidup yang cenderung memendek pada masa modern ini.
2. Fungsi internal antara lain :
 - a. Memperbaiki kinerja produk
 - b. Melakukan diversifikasi produk
 - c. Mempertahankan segmen dan pangsa pasar baru.
 - d. Memanfaatkan sumber daya manusia (karyawan, tenaga ahli) yang kemampuan semakin bertambah karena proses pembelajaran yang telah dialaminya.
 - e. Menjaga kelangsungan hidup (keuntungan finansial) perusahaan.¹⁵

¹⁴ Rika Ampuh Hadiguna, *Manajemen Pabrik, pendekatan sistem untuk efisiensi dan efektivitas*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2009), h. 59.

¹⁵ Arman Hakim Nasution, *Manajemen Industri*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2006), h.61.

Mengembangkan dan memperkenalkan produk baru umumnya melakukan hal – hal sebagai berikut :

1. Membuat komitmen jangka panjang yang diperlukan untuk mendukung inovasi dan pengembangan produk baru.
2. Menggunakan pendekatan khusus perusahaan, digerakkan oleh tujuan korporasi dan strategi – strategi yang telah ditegaskan sebagai strategi utama mereka.
3. Menjadikan pengalaman sebagai modal untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan bersaing (*Competitive advantage*)
4. Membangun suatu lingkungan gaya manajemen, struktur organisasi dan dukungan manajemen puncak yang kondusif guna mencapai tujuan spesifik produk baru serta tujuan korporasi.

Adapun tahap proses pengembangan produk adalah :

1. Strategi Produk Baru

Strategi produk baru menghubungkan proses pengembangan produk baru dengan tujuan dari departemen pemasaran, unit bisnis dan korporasi. Strategi produk baru harus sejalan dengan tujuan ini dan pada gilirannya ketiga tujuan ini harus tetap konsisten antara satu dengan yang lainnya.

Strategi produk baru adalah bagian dari strategi pemasaran perusahaan secara keseluruhan yang harus mempertajam fokus serta memberikan pedoman garis besar untuk menghasilkan, menyaring, dan menilai gagasan – gagasan produk baru.¹⁶

¹⁶ Charles.W dkk, *Pemasaran*, (Jakarta : Salemba Empat, 2001), h. 450.

2. Menghasilkan gagasan

Gagasan produk baru datang dari berbagai macam sumber seperti pelanggan, karyawan, penyalur, pesaing, penelitian, pengembangan, dan konsultan.

- a) Pelanggan, konsep pemasaran menyarankan apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan haruslah menjadi batu loncatan dari pengembangan sebuah produk baru.
- b) Karyawan, staff pemasaran, karyawan bagian periklanan, dan para peneliti pemasaran, seperti juga para tenaga penjual sering kali menciptakan gagasan produk baru, karena mereka menganalisis dan juga terlibat di pasar. Perusahaan harus mendorong para karyawan mereka untuk memberikan gagasan produk baru dan memberikan gagasan produk baru dan memberikan mereka penghargaan apabila gagasan mereka tersebut di pakai.
- c) Penyalur, seorang tenaga penjual yang terlatih secara rutin akan menanyakan kepada penyalur tentang kebutuhan pelanggannya yang belum terpenuhi. Karena mereka lebih dekat dengan pemakai akhir, sehingga para penyalur biasanya lebih memahami kebutuhan pelanggan dibandingkan dengan pihak pabrik.
- d) Pesaing, tidak ada satu perusahaan yang semata – mata mengandalkan gagasan produk baru hanya dari dalam perusahaan. Satu bagian besar dari sistem intelegensia pemasaran dari setiap organisasi adalah harus mengawasi kinerja dari produk pesaing. Salah satu tujuan pengawasan

persaingan adalah untuk menentukan produk pesaing mana untuk ditiru.

3. Penyaringan gagasan

Setelah sebuah gagasan dihasilkan, mereka melalui penyaringan pertama dalam proses pengembangan suatu produk. Tahapan ini, disebut sebagai penyaringan (*Screening*), yaitu menghilangkan gagasan – gagasan yang tidak konsisten dengan strategi produk baru perusahaan atau yang jelas – jelas tidak tepat karena beberapa alasan lainnya. Komite produk baru, departemen produk baru, atau beberapa kelompok lain yang secara formal ditunjukkan melaksanakan peninjauannya penyaringan.

4. Analisis bisnis

Gagasan produk baru yang berhasil melewati proses penyaringan awal menuju ke arah tahap analisis bisnis (*business analysis*), dimana angka pendahuluan permintaan, biaya, penjualan, dan keuntungan diperhitungkan. Untuk pertama kalinya, harga pokok dan penghasilan diperkirakan serta dibandingkan. Tergantung sifat produk dan perusahaan, proses ini dapat menjadi mudah atau rumit.

Menganalisis *trend* ekonomi secara keseluruhan dan pengaruhnya pada perkiraan penjualan khususnya penting dalam kategori produk yang peka terhadap fluktuasi siklus bisnis. Jika konsumen memandang perekonomian sebagai ketidak pastian dan penuh resiko, mereka akan menunda pembelian barang yang tahan lama seperti alat kebutuhan rumah tangga yang besar, mobil, dan rumah.

5. Pengembangan

Pada tahap awal pengembangan bagian teknik mungkin mengembangkan prototipe dari sebuah produk. Selama tahap ini perusahaan harus segera merancang strategi pemasarannya. Departemen pemasaran harus memutuskan kemasan produk, merek, label, dan sebagainya. Sebagai tambahan, hal itu harus menggambarkan strategi promosi pendahuluan, harga, dan distribusi. Kelayakan teknis tentang produksi dengan biaya produksi yang dapat diterima seyogyanya ditelaah dengan seksama.

Tahap pengembangan dapat berlangsung dalam waktu yang cukup lama sehingga menjadi sangat mahal. Proses pengembangan produk akan bekerja dengan baik ketika semua bidang terlibat (R&D, pemasaran, teknik, produksi dan bahkan pemasok) bekerja bersamaan dibandingkan secara berurutan, dalam sebuah proses yang disebut sebagai pengembangan produk yang simultan. Uji coba laboratorium sering kali dilaksanakan pada model prototipe selama tahap pengembangan. Keamanan bagi para pengguna adalah salah satu aspek yang sangat penting yang diuji di laboratorium, yang pada kenyataannya subjek produk diperlukan lebih keras dibandingkan yang diharapkan pada pemakai akhirnya.¹⁷

6. Uji coba pemasaran

Setelah produk dan program pemasaran telah dikembangkan, mereka biasanya mengujinya pada pasar. Uji coba pemasaran (*test marketing*) adalah pengenalan yang terbatas dari sebuah produk dan sebuah program

¹⁷ *Ibid*, h.459.

pemasaran untuk menentukan reaksi calon konsumen dalam situasi pasar tertentu. Pengujian ini memungkinkan manajemen untuk menilai strategi alternatif dan untuk mengakses seberapa baiknya berbagai aspek bauran pemasaran secara bersamaan.

7. Komersialisasi

Tahapan terakhir dalam proses pengembangan produk baru adalah komersialisasi untuk memasarkan suatu produk. Keputusan untuk komersialisasi suatu produk menetapkan beberapa hal dalam prosesnya: pemesanan bahan dan perlengkapan produksi, memulai produksi, membangun persediaan, mengirimkan produk ke daerah distribusi, pelatihan tenaga penjualan, memperkenalkan produk baru ke pasar, dan periklanan yang diarahkan pada calon konsumen.

8. Organisasi untuk pengembangan produk baru

Untuk mengembangkan sebuah aliran yang mantap dari suatu produk baru, suatu struktur organisasi menjadi sangatlah penting. Salah satu persyaratan utama untuk melahirkan gagasan baru dan dengan sukses memperkenalkan produk baru tersebut adanya dukungan dari manajemen puncak. Sebagai tambahan, beberapa kelompok atau struktur dalam suatu organisasi dapat memberikan fasilitas bagi pengembangan dari produk baru.

9. Penyebaran produk baru

Para manajer memiliki kesempatan yang lebih baik untuk memasarkan produk dengan berhasil, jika mereka mengerti tentang bagaimana para konsumen mempelajari tentang berhasil, jika mereka

mengerti tentang bagaimana para konsumen mempelajari tentang produk dan menggunakannya. Seseorang yang membeli produk baru yang belum pernah dicoba sebelumnya kemungkinan akan menjadi seorang pengguna, seorang konsumen yang cukup senang dengan pengalaman pertamanya mencoba produk tersebut dan menggunakannya kembali.¹⁸

Produk yang dapat diproduksi oleh suatu perusahaan ini pada umumnya tidak dapat diubah dalam jangka waktu yang pendek, melainkan perubahan tersebut dapat dilaksanakan dalam jangka panjang. Perubahan produk yang dapat diproduksi ini memerlukan perubahan dari sistem produksi yang dipergunakan oleh perusahaan yang bersangkutan. Hal ini akan lebih jelas kelihatan apabila perubahan total dari produk yang dapat diproduksi oleh perusahaan tersebut, dimana produk yang lama dengan produk yang baru tidak ada kaitannya sama sekali.¹⁹

¹⁸ Ibid, h.461.

¹⁹ Agus Ahyari, *Manajemen Produksi*, (Yogyakarta : BPFE, 2002), Cet. Ke-10, jilid 4, h.124.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Efektifitas Manajemen Produksi Dalam Pengembangan Produk Pada PT.

Iga Bina Mix Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam.

Perusahaan yang bergerak di bisnis beton jadi di daerah Riau membawa perubahan besar terhadap pembangunan di daerah Riau, khususnya di Pekanbaru. Disamping itu dengan berkembangnya perusahaan industri di bidang beton jadi ini juga merangsang tumbuhnya perusahaan - perusahaan industri di Riau khususnya. Kondisi ini tingginya mobilitas penduduk dalam pembangunan di daerah Riau.

PT. Iga Bina Mix merupakan perusahaan beton jadi, dimana proses produksinya dilakukan dengan teknik penyaringan dari bahan – bahan baku yang dikelola dari semen, pasir, krikil, batu, dan air lalu setelah dilakukan pengujian (*trial mix*), maka keluarlah komposisi beton sesuai dengan rancangan mutu yang dibutuhkan oleh konsumen, sehingga menjadi suatu produk beton jadi.

Dengan adanya perusahaan – perusahaan yang bergerak di beton jadi ini mempunyai dampak terhadap pertumbuhan pembangunan daerah Riau, karena mempermudah dalam pembangunan sehingga efektif sesuai target konsumen saat membangun sebuah rumah, gedung, sekolah, perkantoran, dan lain-lain. Dan perusahaan ini dalam manajemen produksinya selalu melakukan yang terbaik untuk kepuasan pelanggan agar sesuai dengan kesepakatan konsumen. Namun ada beberapa kendala yang dihadapi dalam manajemen

produksi yaitu mengenai bahan baku seperti semen yang selalu habis orderannya, mesin, dan cuaca. Sehingga menghambat proses produksi .

Untuk menghasilkan barang dan jasa perusahaan menggunakan berbagai sumber daya. Sumber daya harus dikelola secara optimal dalam bentuk tentukan lokasi yang tepat, mencari sumber bahan baku, daerah konsumen, mengatur penempatan mesin, merencanakan proses produksi, menjaga ketepatan waktu, dan pekerjaan lain yang bersifat teknis dalam pabrik.¹

Untuk mengetahui bagaimana efektifitas manajemen produksi dalam pengembangan produk pada PT. Iga Bina Mix di Kecamatan Tampan Pekanbaru. Penulis mengambil data melalui angket yang telah disebarakan kepada karyawan dan pekerja lapangan. Adapun hasil tanggapan responden dari angket tersebut penulis tampilkan dalam daftar tabel sebagai berikut :

Tabel IV.1
Keterangan Responden Tentang Perencanaan Perusahaan

No	Tanggapan Responden	Frekwensi	Persentase (%)
A	Sudah	20	80 %
B	Kadang – kadang	3	12 %
C	Belum	2	8 %
Jumlah		25	100 %

Sumber : Data olahan hasil penelitian

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa PT. Iga Bina Mix dalam melakukan kegiatan – kegiatan selalu berdasarkan perencanaan yang telah

¹ Buchari Alma, *Loc.cit.h*.231.

dibuat, sehingga sudah menunjukkan peningkatan penjualan sebanyak 20 orang (80 %) responden. Sedangkan yang menyatakan kadang – kadang sebanyak 3 orang juga (12 %) dan yang menyatakan belum sebanyak 2 orang (8 %).

Kemudian penulis ingin mengetahui tanggapan responden tentang sistem pengorganisasian pada PT. Iga Bina Mix sudah tersusun dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden sebagai berikut :

Tabel IV.2
Keterangan Responden Tentang Sistem Pengorganisasian

No	Tanggapan Responden	Frekwensi	Persentase (%)
A	Sangat baik	2	8 %
B	Baik	19	76 %
C	Kurang baik	4	16 %
Jumlah		25	100 %

Sumber : Data olahan hasil penelitian

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa sistem pengorganisasian sudah tersusun dengan baik sebanyak 19 orang (76 %) responden, sedangkan yang menyatakan sangat baik sebanyak 2 orang (8 %) responden, dan yang menyatakan kurang baik sebanyak 4 orang (16 %) responden.

Adapun pendapat responden mengenai manajemen produksi dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel IV.3
Keterangan Responden Tentang Manajemen
Produksi Pada Perusahaan

No	Tanggapan Responden	Frekwensi	Persentase (%)
A	Sangat baik	5	20 %
B	Baik	18	72 %
C	Tidak baik	2	8 %
Jumlah		25	100 %

Sumber : Data olahan hasil penelitian

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa PT. Iga Bina Mix telah membuat manajemen produksi dengan baik sebanyak 18 orang (72 %) responden, sedangkan yang menyatakan sangat baik sebanyak 5 orang (20 %) responden, dan yang menyatakan tidak baik sebanyak 2 orang (8 %) responden.

Adapun pendapat responden mengenai manajemen produksi sudah berjalan secara efektif dan efisien dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel IV.4
Manajemen Produksi Sudah Berjalan
Secara Efektif Dan Efisien

No	Tanggapan Responden	Frekwensi	Persentase (%)
A	Sudah	20	80 %
B	Kadang - kadang	4	16 %
C	Belum	1	4 %
Jumlah		25	100 %

Sumber : Data olahan hasil penelitian

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa manajemen produksi sudah berjalan secara efektif dan efisien sebanyak 20 orang (80 %) responden, sedangkan yang menyatakan kadang – kadang sebanyak 4 orang (16 %) responden dan yang menyatakan belum sebanyak 1 orang (4 %) responden.

Kemudian penulis ingin mengetahui tanggapan responden tentang karyawan dan karyawan menjalankan tugasnya sesuai dengan struktur organisasi yang telah dibuat dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel IV.5
Masing – Masing Karyawan/Ti Menjalankan Tugasnya
Sesuai Dengan Struktur Organisasi Yang Telah Dibuat

No	Tanggapan Responden	Frekwensi	Persentase (%)
A	Sudah	20	80 %
B	Kadang – kadang	5	20 %
C	Belum	-	-
Jumlah		25	100 %

Sumber : Data olahan hasil penelitian

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa sudah menjalankan tugas masing – masing sesuai dengan pekerjaannya dengan baik sebanyak 20 orang (80 %) responden, sedangkan yang menyatakan kadang – kadang sebanyak 5 orang (20 %) responden.

Adapun mengenai pendapat perusahaan selektif dalam pemilihan bahan baku untuk memproduksi barang beton jadi dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel IV. 6
Perusahaan Selektif Dalam Pemilihan Bahan Baku
Untuk Memproduksi Barang Beton Jadi

No	Tanggapan Responden	Frekwensi	Persentase (%)
A	Sudah selektif	23	92 %
B	Kadang – kadang	1	4 %
C	Belum selektif	1	4 %
Jumlah		25	100 %

Sumber : Data olahan hasil penelitian

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa perusahaan sudah selektif dalam pemilihan bahan baku sebanyak 23 orang (92 %) responden, sedangkan yang menyatakan kadang-kadang sebanyak 1 orang (4 %) responden dan yang menyatakan belum selektif sebanyak 1 orang (4 %) responden. Alasannya selektif dalam pemilihan bahan baku, karena dalam pengolahan beton jadi PT. Iga Bina Mix mengolah 100% Semen Padang asli tanpa campuran dan diuji kualitasnya di labor.²

Kemudian penulis ingin mengetahui pendapat responden mengenai pengambil keputusan- keputusan pada PT, Iga Bina Mix dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel IV 7
Membuat Keputusan-Keputusan Sudah Produktif

No	Tanggapan Responden	Frekwensi	Persentase (%)
A	Sudah	22	88 %
B	Kadang – kadang	2	8 %
C	Belum	1	4 %
Jumlah		25	100 %

Sumber : Data olahan hasil penelitian

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa dalam pengambilan keputusan – keputusan PT. Iga Bina Mix sudah produktif sebanyak 22 orang (88%) responden, sedangkan yang menyatakan kadang – kadang sebanyak 2 orang (8%) responden, dan yang menyatakan belum produktif sebanyak 1 orang (4%) responden. Selain itu penulis juga ingin tahu mengenai adanya pengawasan dalam mengambil tindakan pada perusahaan dapat dilihat pada

² Hendra pendi, *Wawancara* tanggal 19 Mei 2013

tabel berikut ini :

Tabel IV.8
Adanya Pengawasan Dalam Mengambil Tindakan Korektif Dalam
Operasi – Operasi Produksi Barang (Beton Jadi)

No	Tanggapan Responden	Frekwensi	Persentase (%)
A	Ada	20	80 %
B	Kadang –kadang ada	4	16 %
C	Tidak ada	1	4 %
Jumlah		25	100 %

Sumber : Data olahan hasil penelitian

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa perusahaan adanya pengawasan dalam pengambilan tindakan dalam menjalankan operasi perusahaan sebanyak 20 orang (80 %) responden. Sedangkan yang menyatakan pendapat kadang – kadang ada sebanyak 4 orang (16 %) responden dan yang menyatakan tidak ada sebanyak 1 orang (4 %) responden.

Kemudian penulis ingin mengetahui tanggapan responden tentang berapa lama sudah bekerja pada perusahaan ini. dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel IV.9
Lama bekerja pada PT. Iga Bina Mix

No	Tanggapan Responden	Frekwensi	Persentase (%)
A	1 – 5 tahun	10	40 %
B	1- 10 tahun	14	56 %
C	>15 tahun	1	4 %
Jumlah		25	100 %

Sumber : Data olahan hasil penelitian

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian kecil sudah sangat lama bekerja di PT. Iga Bina Mix sebanyak 1 orang (4 %) responden yakni selama lebih dari 15 tahun, sedangkan sebagian besar responden menyatakan baru sebanyak 10 orang (40 %) responden yaitu selama 1 - 5 tahun dan yang menyatakan cukup lama sebanyak 14 orang (56 %) responden yakni sekitar 1-10 tahun.

Adapun penghasilan perbulan yang mereka peroleh sebagai karyawan-karyawati di PT. Iga Bina Mix dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel IV.10
Penghasilan perbulan sebagai karyawan/ti di PT. Iga Bina Mix

No	Tanggapan Responden	Frekwensi	Persentase (%)
A	Rp. 1.000.000,- S.d Rp. 1.500.000,-	-	-
B	Rp. 2.000.000,- S.d Rp. 2.500.000,-	24	96 %
C	>Rp. 3.000.000,-	1	4 %
Jumlah		25	100 %

Sumber : Data olahan hasil penelitian

Dari tabel diatas menerangkan tanggapan responden mengenai pendapatan perbulan dari pekerjaan sebagai karyawan- karyawati dan pekerja lapangan di PT. Iga Bina Mix yaitu 24 orang (96 %) mendapat penghasilan sebanyak Rp. . 2.000.000,- S.d Rp. 2.500.000,- , dan sebanyak 1 orang (4 %) mendapat penghasilan sebanyak lebih dari Rp. 3.000.000,-.

Kemudian dalam hal pengembangan produk penulis ingin mengetahui tanggapan responden tentang upaya pengembangan produk. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden sebagai berikut :

Tabel IV.11
Perusahaan Melakukan Diverisifikasi Produk Sebagai Salah Satu
Upaya Dalam Pengembangan Produksi

No	Tanggapan Responden	Frekwensi	Persentase (%)
A	Ya	20	80 %
B	Belum	5	20 %
C	Tidak	-	-
Jumlah		25	100 %

Sumber : Data olahan hasil penelitian

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa perusahaan melakukan diverifikasi produk sebagai salah satu upaya dalam pengembangan produksi yang menyatakan “ya” sebanyak 20 orang (80 %) responden, sedangkan yang menyatakan “belum” sebanyak 5 orang (20 %) responden.

Kemudian penulis ingin mengetahui tanggapan responden tentang upaya perusahaan dalam menghasilkan gagasan untuk pengembangan produk, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel IV.12
Upaya Perusahaan Dalam Menghasilkan Gagasan
Untuk Pengembangan Produk

No	Tanggapan Responden	Frekwensi	Persentase (%)
A	Ada	17	68 %
B	Kadang – kadang ada	1	4 %
C	Belum ada	7	28 %
Jumlah		25	100 %

Sumber : Data olahan hasil penelitian

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa perusahaan melakukan upaya dalam menghasilkan gagasan untuk pengembangan produk yang menyatakan “ada ” sebanyak 17 orang (68 %) responden. Sedangkan yang menyatakan kadang – kadang ada sebanyak 1 orang (4 %) responden dan yang menyatakan

“belum ada” sebanyak 7 orang (28 %) responden.

Selain itu penulis ingin mengetahui tanggapan responden tentang analisis bisnis untuk pengembangan produk, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel IV.13
Perusahaan Melakukan Analisis Bisnis Dalam Mempertahankan Pangsa Pasar

No	Tanggapan Responden	Frekwensi	Persentase (%)
A	Ya	23	92 %
B	Belum	2	8 %
C	Tidak	-	-
Jumlah		25	100 %

Sumber : Data olahan hasil penelitian

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa perusahaan melakukan analisis bisnis untuk pengembangan produk yang menyatakan “ya” sebanyak 23 orang (92 %) responden, sedangkan yang menyatakan “belum” sebanyak 2 orang (8%) responden.

Kemudian penulis ingin mengetahui tanggapan responden tentang upaya perusahaan dalam memenuhi kepuasan pelanggan dengan memperbaiki tingkat kualitas produk, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel IV.14
Upaya Perusahaan Dalam Memenuhi Kepuasan Pelanggan Dengan Memperbaiki Tingkat Kualitas Produk

No	Tanggapan Responden	Frekwensi	Persentase (%)
A	Ada	23	92 %
B	Belum ada	2	8 %
C	Tidak ada	-	-
Jumlah		25	100 %

Sumber : Data olahan hasil penelitian

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa perusahaan memenuhi kepuasan pelanggan dengan memperbaiki kualitas produk, yang menyatakan “ada” sebanyak 23 orang (92 %) responden, sedangkan yang menyatakan “belum ada” sebanyak 2 orang (8 %) responden.

Sedangkan tanggapan responden tentang efektifitas manajemen produksi pada PT. Iga Bina Mix terhadap pengembangan produksi dalam meningkatkan pendapatan perusahaan, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel IV.15
Efektifitas Manajemen Produksi Pada PT. Iga Bina Mix
Terhadap Pengembangan Produksi

No	Tanggapan Responden	Frekwensi	Persentase (%)
A	Sangat bagus	2	8 %
B	Cukup bagus	23	92%
C	Tidak bagus	-	-
Jumlah		25	100 %

Sumber : Data olahan hasil penelitian

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai penjelasan bagaimana efektifitas manajemen produksi pada PT. Iga Bina Mix terhadap pengembangan produk, dimana sebanyak 2 orang (8%) menyatakan sangat bagus, dengan alasan selalu tepat waktu dalam mengorder pesanan. Sedangkan sebanyak 23 orang (92%) menyatakan efektifitas manajemen produksinya cukup bagus. Dengan alasan karena telah banyak pengalaman selama bekerja, yang menjadi hambatan jika bahan baku tidak ada atau kurang, bahkan lambatnya mobil pengangkut beton yang terkadang karena

macet dan kerusakan mesin mobil.³

B. Upaya PT. Iga Bina Mix dalam pengembangan produk

Setiap perusahaan akan selalu dihadapkan pada permasalahan sumber daya manusia yang sangat berpengaruh terhadap kualitas dan produktifitas kerja karyawan. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus mempunyai kemampuan dalam mengelola perusahaan dengan sebaik-baiknya.

Sebagai suatu kegiatan ekonomi, perusahaan dapat tetap bertahan hidup apabila tidak mengalami kerugian terus menerus. Dengan kata lain, perusahaan memerlukan laba supaya bisa bertahan dan berkembang. Untuk memperoleh laba, barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan harus terjual. Hal ini berarti harus diciptakan pelanggan yang semakin banyak. Untuk menciptakan pelanggan, perusahaan harus senantiasa memusatkan perhatian kepada kebutuhan masyarakat yang mencakup kualitas, harga, jumlah, ketepatan waktu, pelayanan dan manfaat hasil produksinya.⁴

Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen diperlukan pengembangan (usaha inovatif) hasil produksi. Begitu pula yang dilakukan manajemen produksi PT. Iga Bina Mix.

Adapun upaya-upaya yang dilakukan PT. Iga Bina Mix dalam pengembangan produk yaitu :

1. Meningkatkan kualitas

Dalam proses produksi Perusahaan selektif dalam pemilihan bahan baku, karena dalam pengolahan beton jadi PT. Iga Bina Mix mengolah

³ Evriyanto, *Wawancara* , tanggal 23 Mei 2013

⁴ Sudarsono, *Loc.cit*, h.15

100% Semen Padang asli tanpa campuran dan diuji kualitasnya di labor untuk menghasilkan produk yang bermutu dan berkualitas.

2. Memperbaiki kinerja perusahaan

Perusahaan berupaya membantu para pekerja untuk mewujudkan janji dan komunikasi yang baik antara manajer dan karyawan bahwa mereka adalah tim yang memiliki andil dalam aktifitas kerja mereka sehari – hari. Untuk mewujudkan metode dan teknik manajemen produksi mencapai hasil yang optimal.

C. Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Efektifitas Manejemen Produksi Dalam Pengembangan Produk Pada PT. Iga Bina Mix Pekanbaru.

Ekonomi islam merupakan bagian tak terpisahkan dari ajaran islam, dan karenanya Ekonomi Islam akan terwujud hanya jika ajaran islam diyakini dan dilaksanakan secara menyeluruh. Ekonomi Islam mempelajari perilaku ekonomi individu – individu yang secara sadar dituntun oleh Al – Qur'an dan Sunnah dalam memecahkan masalah yang dihadapinya.

Secara umum Ekonomi Islam didefinisikan sebagai suatu cabang ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, meneliti, dan akhirnya menjelaskan permasalahan – permasalahan ekonomi dengan cara – cara yang islami, yang dimaksudkan dengan cara – cara islami disini adalah cara – cara yang didasarkan atas Al – Qur'an dan Sunnah. Jadi, ilmu Ekonomi Islam mendasarkan segala aspek pada agama islam ⁵

Al – Qur'an mendesak orang – orang yang beriman, yang memiliki

⁵ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2008), Cet. Ke-1,h.43-44

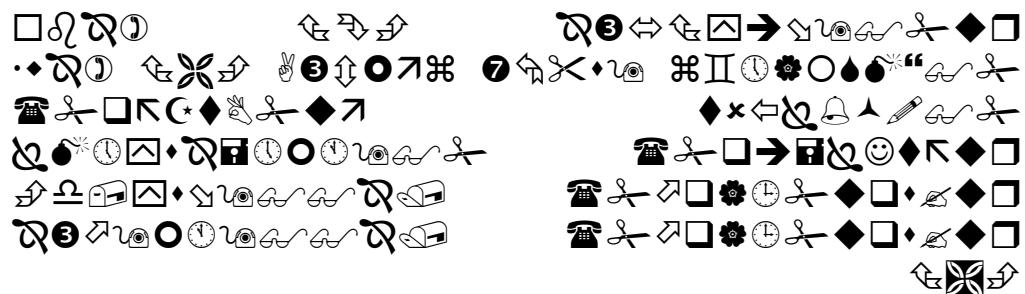
kemampuan fisik untuk bekerja keras, dan Allah menjanjikan pertolongan bagi siapa saja yang berjuang dan berlaku baik. Terdapat pada firman Allah Swt (Qs. Al – Ankabut : 69) :



Artinya :

(yaitu) yang bersabar dan bertawakkal kepada Tuhannya.

Dalam bagian yang lain Al – Qur'an menyerukan kepada setiap muslim agar menginvestasikan tenaga, pikiran dan waktu melakukan amal shaleh, amal yang produktif dan sangat merugi orang – orang yang menyia – nyiakan waktu, yang malas dan berpangku tangan, dan orang yang bekerja tapi tidak menghasilkan manfaat. Terdapat pada firman Allah Swt (Al-Ashar 1- 3):



Artinya: *Demi masa. Sesungguhnya manusia itu benar-benar dalam kerugian, Kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal saleh dan nasehat menasehati supaya mentaati kebenaran dan nasehat menasehati supaya menetapi kesabaran.*

Kualitas dan kuantitas produksi sangat ditentukan oleh tenaga kerja. Oleh karena itu tenaga kerja merupakan sumber kekayaan yang sangat penting

diantara sumber-sumber ekonomi yang lain. Hubungan kerja antara pengusaha (Manajer Muslim) dengan karyawannya, selalu dilandasi oleh rasa kasih sayang, saling membutuhkan, tolong – menolong. Pengusaha menolong karyawan menyediakan lapangan kerja. Karyawan menerima rezeki berupa upah dari majikannya. Demikian pula bawahan menyediakan tenaga dan kemampuannya untuk membantu menyelesaikan pekerjaan yang diperintahkan oleh atasan, sehingga atasannya atau majikan menerima rezeki berupa laba berkat kerjasama dengan bawahan.⁶

Adapun pandangan manajemen dalam Ekonomi Islam yaitu, Manajemen sebagai salah satu faktor produksi adalah penguasaan segala unsur-unsur produksi dalam suatu usaha produksi, baik industri, pertanian maupun perdagangan, dengan tujuan agar mendapat laba terus – menerus. Yaitu dengan cara memfungsikan dan menyusun unsur – unsur tersebut, dan menentukan ukuran seperlunya dari setiap unsur itu dalam perusahaan.

Islam memang menekankan manajemen, perhitungan dan mencari keuntungan, tapi tetap menolak pendirian perusahaan bila tidak berdasarkan asas “sama – sama mengalami untung dan rugi”. Sehingga kehidupan perekonomian berjalan atas landasan landasan yang sehat, tidak menimbulkan suatu kegoncangan ataupun krisis – krisis.

Islam memberi terapi kepada manajemen. Ia menyuruh orang Islam melakukan hal – hal sebagai berikut :

1. Menjadi orang yang tekun bekerja.

⁶ Muhammad Said, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Pekanbaru : Suska Press, 2008), Cet Ke-1, h.55.

2. Menjadi seorang rabbani.
3. Mengikuti perintah – perintah Allah Swt dan menjauhi larangan – larangannya dalam segala tindakan. Karena diantara manajemen Allah Swt terhadap alam semesta ini ialah perintah-Nya kepada kita melakukan apa saja yang merealisasikan kemakmuran alam dan kebahagiaan manusia, serta larangan-Nya kepada kita melakukan hal – hal yang membahayakan umat manusia.⁷

Produksi merupakan urat nadi dalam kegiatan ekonomi. Dalam kehidupan ekonomi, tidak akan pernah ada kegiatan konsumsi, distribusi, ataupun perdagangan barang dan jasa tanpa diawali oleh produksi.

Secara umum produksi merupakan proses untuk menghasilkan suatu barang dan jasa, atau proses peningkatan *utility* (nilai) suatu benda. Disamping itu produksi bertujuan untuk mendapatkan profit yang maksimal, produsen harus berkeyakinan dalam memperoleh ridha Allah Swt. Hal ini bertujuan untuk menjaga perintah dan larangan Allah Swt dalam berbagai kegiatan produksi.⁸

Dalam Islam, kerja produktif bukan saja dianjurkan, tetapi dijadikan sebagai religius. Oleh karena itu, kerja adalah milik setiap orang dan hasilnya menjadi hak milik pribadi yang dihormati dan dilindungi karena terkait dengan kebutuhan, kepentingan atau kemaslahatan umum.

Pemahaman produksi dalam islam memiliki arti sebagai bentuk usaha keras dalam pengembangan faktor –faktor sumber yang diperbolehkan dan

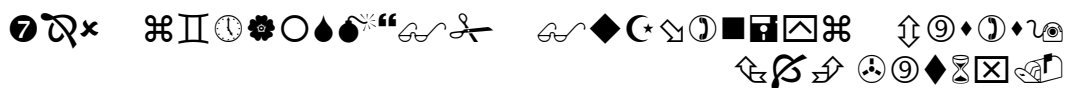
⁷ *Ibid*, h. 57.

⁸ Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2007), Cet. ke-1, h.47 - 49.

melipat gandakan pendapatan dengan tujuan kesejahteraan masyarakat, menopang eksistensi serta ketinggian derajat manusia.⁹

Bekerja merupakan pondasi dasar dalam produksi sekaligus berfungsi sebagai pintu pembuka rezeki. Menurut Ibnu Khaldun, bekerja merupakan unsur yang paling dominan bagi proses produksi dan merupakan sebuah ukuran standar dalam sebuah nilai. Proses produksi akan sangat bergantung terhadap usaha atau kerja yang dilakukan oleh para karyawan, baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Adapun faktor produksi yang lain berfungsi sebagai komplementer atas daya dan upaya manusia dalam menghasilkan barang dan jasa. Selain itu, dengan adanya profesionalisme dalam bekerja akan meningkatkan nilai atas hasil produksi.¹⁰

Islam mendorong umatnya untuk bekerja dan memproduksi, bahkan menjadikannya sebagai sebuah kewajiban terhadap orang – orang yang mampu, lebih dari itu Allah Swt akan memberi balasan yang setimpal yang sesuai dengan amal / kerja. Al- Qur'an memberi penekanan terhadap pekerjaan dan menerangkan dengan jelas bahwa manusia diciptakan di bumi ini untuk bekerja keras untuk mencari penghidupan masing – masing. Allah Swt berfirman dalam Qs. Al- Balad: 4 :



Artinya: *Sesungguhnya kami telah menciptakan manusia berada dalam susah payah.*

⁹ *Ibid*, Muhammad Said, h.61.

¹⁰ Said Sa'ad Marthon, *op.cit.*, h.53.

Oleh karena itu, manusia diwajibkan berjuang dan bersusah payah untuk mencapai kejayaan di dunia, dia dijadikan kuat dari segi fisik untuk menanggulangi kesulitan hidup.¹¹

Ekonomi Islam yang cukup dengan teori *Concern* dengan teori produksi adalah Imam Al - Ghazali. Beliau menganggap pencaharian ekonomi sebagai bagian dari ibadah individu. Produksi barang – barang kebutuhan dasar secara khusus dipandang sebagai kewajiban sosial (Fard Al kifayah). Jika sekelompok orang yang sudah berkecimpung dalam memproduksi barang-barang tersebut dalam jumlah yang sudah mencukupi kebutuhan masyarakat, maka kewajiban keseluruhan masyarakat sudah terpenuhi.¹²

Namun jika tidak ada seorang pun yang melibatkan diri dalam kegiatan tersebut atau jika jumlah yang diproduksi tidak mencukupi, maka semua orang akan dimintai pertanggung-jawabannya di akhirat. Pada pokoknya, negara harus bertanggung jawab dalam menjamin bahwa barang – barang kebutuhan pokok diproduksi dalam jumlah yang cukup, Al – Ghazali beralasan bahwa sesungguhnya ketidak-seimbangan yang menyangkut barang-barang kebutuhan pokok akan cenderung menciptakan kondisi kerusakan dalam masyarakat.

Produksi adalah sebuah proses yang telah terlahir di muka bumi ini semenjak manusia menghuni planet ini. Sesungguhnya produksi lahir dan

¹¹ Nurul Huda dkk, *Ekonomi Makro Islam, Pendekatan Teoritis*, (Jakarta : Kencana, 2008), Cet. ke-1, h.227 – 228.

¹² Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), Ed.3, h.102.

tumbuh dari menyatunya manusia dengan alam. Maka untuk menyatukan antara manusia dan alam ini, Allah telah menetapkan bahwa manusia berperan sebagai khalifah. Bumi adalah lapangan dan medan, sedangkan manusia adalah pengelola segala apa yang terhampar di muka bumi untuk dimaksimalkan fungsi dan kegunaannya.

Apa yang diungkapkan oleh para ekonomi tentang modal dan sistem tidak akan keluar dari unsur kerja atau upaya manusia. Dengan demikian, faktor utama yang dominan dalam produksi adalah kualitas dan kuantitas manusia, sistem atau prasarana yang kemudian kita sebut sebagai teknologi dan modal (segala sesuatu dari hasil kerja yang disimpan).

Nilai universal lain dalam ekonomi islam tentang produksi adalah adanya perintah untuk mencari sumber – sumber yang halal dan baik bagi produksi dan memproduksi dan memanfaatkan *output* produksi pada jalan kebaikan dan tidak menzhalimi pihak lain. Dengan demikian, penentuan *input* dan *output* dari produksi haruslah sesuai dengan hukum islam dan tidak mengarahkan kepada kerusakan.¹³

Dalam teori ekonomi seorang produsen atau pengusaha harus mengambil dua macam keputusan :

- a. Berapa output yang harus diproduksi.
- b. Berapa dan dalam kombinasi.

Tujuan produksi dalam Ekonomi Islam adalah meningkatkan kemaslahatan yang bisa diwujudkan dalam berbagai bentuk di antaranya :

¹³ *Ibid*, h.103.

- a. Pemenuhan kebutuhan manusia pada tingkatan moderat.

Tujuan produksi yang pertama sangat jelas, yaitu pemenuhan kebutuhan manusia pada tingkatan moderat.

- b. Menemukan kebutuhan masyarakat dan pemenuhannya

Meskipun produsen hanya menyediakan sarana kebutuhan manusia, namun hal ini bukan berarti produsen bersifat pasif dan reaktif terhadap kebutuhan manusia. Yang mau memproduksi hanya berdasarkan permintaan konsumen. Produsen harus mampu menjadi sosok yang kreatif, proaktif, dan inovatif dalam menemukan barang dan jasa apa yang menjadi kebutuhan manusia dan kemudian memenuhi kebutuhan tersebut .

- c. Menyiapkan persediaan barang/jasa dimasa depan

Sikap proaktif ini harus berorientasi kedepan, maksudnya harus mampu menghasilkan barang dan jasa yang bermanfaat bagi kehidupan dimasa mendatang. Sehingga seorang produsen dalam kerangka islami tidak akan mau memproduksi barang – barang yang bertentangan dengan syariat, maupun barang yang tidak memiliki manfaat riil kepada umat. Produsen harus mampu melakukan pengembangan produk yang dapat memberikan kemaslahatan bagi umat dimasa depan.

- d. Pemenuhan sarana bagi kegiatan sosial dan ibadah kepada Allah Swt

Tujuan yang terakhir yaitu pemenuhan sarana bagi kegiatan sosial dan ibadah kepada Allah Swt. Inilah tujuan produksi yang tidak akan mungkin dapat tercapai dalam ekonomi konvensional yang bebas nilai. Tujuan produksi adalah mendapatkan berkah yang secara fisik belum tentu

dirasakan oleh produsen itu sendiri. Tujuan ini akan membawa implikasi yang luas, sebab produksi tidak akan selalu menghasilkan keuntungan materil, namun harus mampu pula memberikan keuntungan bagi orang lain dan agama.¹⁴

Adapun pandangan Ekonomi Islam terhadap efektifitas manajemen produksi dalam pengembangan produk pada perusahaan ini sudah sesuai dengan syariat islam, karena tujuan adanya efektifitas manajemen produksi banyak memberikan dampak – dampak yang positif bagi PT. Iga Bina Mix di Kecamatan Tampan Pekanbaru.

Pandangan Ekonomi Islam dari efektifitas manajemen produksi dalam pengembangan produk pada PT. Iga Bina Mix di Pekanbaru adalah untuk:

1. Membentuk manajemen dengan tatanan sosial yang solid berdasarkan keadilan dan persaudaraan yang universal.
2. Menciptakan kebebasan individu dalam konteks kesejahteraan sosial.
3. Mencapai distribusi pendapatan dan kekayaan yang adil dan merata.
4. Menghasilkan pengembangan produk yang dapat memberikan kemaslahatan bagi umat dimasa depan.
5. Memproduksi kekayaan alam menjadi bermanfaat dan dapat dirasakan seluruh masyarakat yang membutuhkan.

Pengembangan produk pada PT. Iga Bina Mix di Kecamatan Tampan Pekanbaru ini merupakan salah satu tujuan perusahaan, karena disamping

¹⁴ M.Nur rianto, *op.cit.*, h.161-162.

untuk menghasilkan pendapatan daerah juga untuk memperluas kesempatan kerja karena sekarang PT. Iga Bina Mix telah membuka cabang perusahaan di dua kota selain Pekanbaru yaitu Duri dan Kerinci, sekaligus juga untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat.

Agar memperoleh tingkat pendapatan dan tingkat keuntungan yang tinggi pada perusahaan maka perlu diperhatikan bagaimana meningkatkan produksi serta kualitas produksi. Untuk itu diperlukan pengadaan modal untuk pembelian bahan baku yang bermutu tinggi agar hasilnya bagus dan kualitasnya juga bagus. Dalam memproduksi beton jadi perlu diperhatikan ketersediaan bahan baku, tanpa adanya bahan baku akan memperlambat proses produksi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan pada bab – bab sebelumnya, maka penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan yaitu :

1. Efektifitas Manajemen Produksi pada PT. Iga Bina Mix ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan pada perusahaan, meningkat atau tidaknya penjualan tergantung bagaimana manajemen produksi, apakah efektif atau tidaknya dalam memproduksi beton jadi yang dipesan oleh konsumen. Efektifitas manajemen produksi secara ekonomi akan meningkatkan penjualan pada perusahaan, perusahaan ini dalam manajemen produksinya selalu melakukan yang terbaik untuk kepuasan pelanggan agar sesuai dengan kesepakatan konsumen. Namun terkadang mengalami hambatan dikarenakan bahan baku yang selalu putus orderannya sehingga pemesanan tidak efektif.
2. Upaya PT. Iga Bina Mix untuk peningkatan efektifitas manajemen produksi dalam pengembangan produk ada dua hal yaitu Meningkatkan kualitas dalam proses produksi dengan cara perusahaan selektif dalam pemilihan bahan baku, karena dalam pengolahan beton jadi PT. Iga Bina Mix mengolah 100% Semen Padang asli tanpa campuran, dan diuji kualitasnya di labor untuk menghasilkan produk yang bermutu dan berkualitas dan memperbaiki kinerja perusahaan dengan cara perusahaan berupaya membantu para pekerja untuk mewujudkan janji dan komunikasi yang baik antara manajer dan karyawan bahwa mereka adalah tim yang

memiliki andil dalam aktivitas kerja mereka sehari – hari. Untuk mewujudkan metode dan teknik manajemen produksi mencapai hasil yang optimal.

3. Pandangan Ekonomi Islam upaya peningkatan efektifitas manajemen produksi dalam pengembangan produk pada PT. Iga Bina Mix sudah sesuai dengan syariat islam karena dari segi produksi bebas dari unsur haram karena menggunakan bahan baku yang diambil dari kekayaan alam menjadi bermanfaat dan dapat dirasakan seluruh masyarakat yang membutuhkan. Sedangkan dari segi dampak positifnya adalah untuk menciptakan membentuk manajemen dengan tatanan sosial yang solid berdasarkan keadilan dan persaudaraan yang universal, menciptakan kebebasan individu dalam konteks kesejahteraan sosial, mencapai distribusi pendapatan dan kekayaan yang adil dan merata, menghasilkan pengembangan produk yang dapat memberikan kemaslahatan bagi umat dimasa depan.

Sehingga dengan demikian upaya peningkatan efektifitas manajemen produksi dalam pengembangan produk pada PT. Iga Bina Mix Pekanbaru ini sangat sesuai atau cocok dengan Ekonomi Islam.

B. Saran

Dari hasil analisa dan penarikan kesimpulan sebelumnya, penulis akan mengemukakan beberapa saran, yaitu :

1. Diharapkan dengan adanya karya ilmiah ini seluruh insan akademik dapat lebih memahami tentang efektifitas manajemen produksi dalam pengembangan produk pada PT. Iga Bina Mix di Pekanbaru menurut Ekonomi Islam.

2. Diharapkan kepada PT. Iga Bina Mix lebih dapat meningkatkan efektifitas kinerja karyawan dalam memproduksi dan dapat berjalan dengan lancar dalam jangka panjang. Serta dapat meningkatkan pendapatan perusahaan PT. Iga Bina Mix di Kecamatan Tampan Pekanbaru.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Haziz, *Kapita Selekta Ekonomi Islam Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2010), Cet.ke-5, Jilid 1
- Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada,2008), Ed.3
- Agus Ahyari, *Manajemen Produksi*, (Yogyakarta : BPFE, 2002), Cet. Ke-10, jilid 4
- Ahmad Ibrahim Sinn, *Manajemen Syariah*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2006)
- Arman Hakim Nasution, *Manajemen Industri*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2006)
- Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 2010)
- Charles.W dkk, *Pemasaran*, (Jakarta : Salemba Empat, 2001)
- Evriyanto, *Wawancara* tanggal 23 Mei 2013
- Hendra pendi, *Wawancara* tanggal 19 Mei 2013
- Ike Kusdyah Rachmawati, *Manajemen Sumber daya Manusia*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008)
- Irma Nilasari, *Pengantar Bisnis*,(Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006)
- Ismail Solihin, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta : Erlangga, 2009)
- James L.Gibson dkk, *Manajemen*, (Jakarta : Erlangga,1996),ed.9
- Lalu Sumayang, *Dasar – dasar manajemen produksi dan operasi*, (Jakarta: Salemba empat)
- M. Nur rianto, *Teori Mikro Ekonomi*, (Jakarta : Kencana, 2010)
- Malayu S.P Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007)
- Manullang, *Dasar – dasar Manajemen*,(Yogyakarta: Gadjah Mada, 2012)
- Muhammad Said, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Pekanbaru: Suska Press, 2008),Cet Ke-1

Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2001)

Nurul Huda dkk, *Ekonomi Makro Islam, Pendekatan Teoritis*, (Jakarta: Kencana, 2008), Cet.ke-1

Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2004)

Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1988)

Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2008), Cet. Ke-1

Rika Ampuh Hadiguna, *Manajemen Pabrik, pendekatan sistem untuk efisiensi dan efektivitas*, (Jakarta: Bumi Aksara)

Roger G.Schroeder, *Manajemen Operasi*, (Jakarta: Erlangga,1989)

Sadono Sukirno, *Pengantar bisnis*, (Jakarta : Kencana, 2006),Ed.1

Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2007), Cet.ke-1

Sudarsono, *Pengantar Ekonomi Perusahaan*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 1991)

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung : Alfabeta, 2008)

Wawancara pada karyawan, *PT. Iga Bina Mix* 29 Februari 2013